理性，建设性

经济观察报

The Economic Observer

2011年1月31日 星期一
NO.505期
每逢星期一出版 本期56版
国内统一刊号:CN37-0027
邮发代号:23-327
零售价:RMB3.00元 HK$10.00

“做空中国”势力外围集结 >17

美国一些基金相继试图唱衰中国，利用港股、美股、大宗商品和金融衍生品“绕道”做空中国



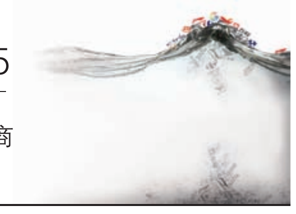
“伊拉克蜜枣”与治理通胀 >41

陈云当年用过的“伊拉克蜜枣”的办法,今天还管不管用? 在目前的情况下,还有没有“伊拉克蜜枣 ”?



那些边缘化的企业 >25

随着技术发展、消费观念和行为变化以及新商业模式的冲击下,中国产业生态正在加速变迁





特别推荐

PE家笔记 阚治东
新能源项目觅食记 32版

金雁
我们应该从苏东剧变中吸取什么 42版

雷颐
音乐与政治 44版

新闻

PM2.5未入环境质量国标 灰霾监测有限启动 ▸ 04版

国资委提醒央企赶快甩“包袱” 要求三年内轻装迎战“世界杯” ▸ 05版

一号文件锁定水利改革 将从土地出让金中提取10% ▸ 06版

铁矿石谈判纠结海运费 矿价料前高后低 ▸ 07版

建言中国“十二五”的外国人 ▸ 08版

抗旱困局 ▸ 09版

风险防范为主导 银监会订立衍生品监管新规 ▸ 19版

险资2011投资策略 选时重于选股 ▸ 20版

家乐福忧患 ▸ 28版

别了,VeryCD ▸ 30版

房地产专题
“限世代”之七种武器 ▸ 37版

致读者

本报2月7日休刊一期,2月14日正常出版，祝读者朋友们春节快乐。

版权声明

本报刊发的所有文字、图片、表格,如需转载或使用,须经本报书面许可或授权,并须标明出处。已获授权者如改动本报刊发的文章或标题，敬请标明。对不当使用者,本报保留依法追究之权利。

本报常年法律顾问
北京市大成律师事务所
项武君 张念春 刘世杰

客户服务热线
800-810-9060

回家的成本

本报记者 言咏 张然 陈勇 温淑萍 北京报道

家,那是一个梦想的地方,一个温暖值得停留的地方,一个经历喧嚣和痛苦后的唯一归属,过年回家也是中国这个古老民族对自己固有文化的坚守,但这么多年,为什么归家的旅程总是那么遥远和艰辛……

返乡

小井和衣而卧，躺在北京西站中转签字/退票大厅的一个窗口下,身下是从自家带来的小毛毯。

她穿着一件紫色发亮的羽绒服，拉链一直拉到头儿抵住下巴;头上红白相间的毛线帽子拉得很低,在羽绒服和帽子之间露出微薄的嘴唇。她双手打着八字麻花,紧紧地放在胸前,生怕热气跑出来。

“整整提前一天就来了,所以能排上第一个。”小井说。

小井想买1月30日去黑龙江讷河的票。26日早上9点开始放票,她整整提前了一天,25日上午9点来到了北京西站,为了确保在熬夜大军中排第一。

小井老家在黑龙江省讷河下面的一个小村庄。她今年28岁，来北京七八年了，目前在一家做收藏品销售的私营企业做电话销售，底薪加提成每月平均收入3000元左右。丈夫王川是同乡,在百度推广做销售,每个月1000元保底。2005年女儿出生后他们曾短暂地回过老家,终因那儿挣钱少而重新南下。

下转04版



新闻人物的意义

惟有最好。

这是我们对于一个时代、一个国家、乃至对于个人的期许和愿景。在此充满挑战和变化的时刻,我们相信,只有抱有“惟有最好”的信念，才能在一个信息庞杂、观念多变的年代,保持一份清醒和独立，使得我们和这个世界更加美好。

过去的一年中，有43位新闻人物出现在《经济观察报》的头版,他们引领着这个时代的精神,他们的观点也影响了我们所处的时代。

他们成为头版人物的原因,很大程度上是因为他们所面临的挑战将影响很多人的生活。他们面对挑战时显示出超凡的智慧、敏锐的洞察和坚定的信念,他们始终坚持对自己的高标准和高要求，他们通过不懈的创新和超越做到“惟有最好”,他们的精神超越了新闻事件的本身，从而有着更广泛的启示意义。

而作为汽车的发明者和行业先驱,125年前,梅赛德斯-奔驰汽车公司的奠基人之一——戈特利普·戴姆勒提出了 “The best or nothing”(惟有最好）的品牌宣言,这不仅是对客户的承诺，也是作为汽车领导品牌对自身的至高要求。125年来,梅赛德斯-奔驰始终谨守这样的承诺和理念，无论是技术,设计,文化传承,环境保护还是社会责任，在各个领域不断追求最好。

2011年是新十年的开端,《经济观察报》将联手梅赛德斯-奔驰为读者隆重呈现新一年完美诠释“惟有最好”的新闻人物。我们坚信,始终如一的高要求和高标准,是我们得以持续发展的坚实基础。我们坚信,创新和超越将使我们能够应对未来的挑战。做到最好,才有更好的未来。

惟有最好,是我们传媒人和汽车人的共同追求。借此梅赛德斯-奔驰发明汽车125周年之际,提前恭祝读者新春快乐!

《经济观察报》社长兼总编辑 刘坚

社论 Editorial

祝你一路平安

读者诸君，看到这一期报纸的时候，也许你们已经走在回家的路上，也许正在为一张小小的车票四处求告。我们不知道,有多少朋友会最终放弃回家的念想，而把乡愁和浓郁的亲情，隐藏在都市的繁华中。不管怎样,祝岁月静好,祝你一路平安。

农历新年将至，我们将迎来又一个中国年。我们是幸运的,因为可以伴随读者诸君走过这一年。这一年我们关心了太多的事情,从被称为“最复杂一年”的宏观经济，到遥远的墨西哥小城坎昆的全球气候谈判；从股市的起起落落,到房价的涨涨跌跌;从寄托了城市梦想的上海世博会、广州亚运会，到传递着无数人爱的力量的玉树地震和舟曲泥石流灾害。每一次,我们互相转告,灾难来临的时候,我们在一起。

我们关心资本和商业。我们知道中国经济正从产业时代进入资本时代,产业和资本的融合与碰撞,是这个年代上演的最惊心动魄的故事。这一年我们关心着中国公司和企业家的命运,从国美的控制权战争到3Q的艰难决定,从吉利和沃尔沃的漫长并购到中国铁建的跨国工程。我们关注着这些被称作商业领袖的公司，在以怎样的方式引领着中国商业的方向——我们知道有些东西并不契合真正的商业精神，但除了褒扬我们也会批评。

我们不仅注视着大公司,也试图深入那些小公司野蛮生长的天地。尽管我们知道,在今天的商业气候和土壤上，从这些“小家伙”中间蹦出巨人来的概率实在太小，但是我们又始终怀有深切的希望,以为这一切皆有可能。

我们关心思想。这是一个想法很多但思想贫乏的年代。我们让这个年代最有独立和公共意识的思想者跟读者直接对话，我们希望创造这样一个平台，让思想的光辉可以自由地闪亮，尽管这做起来很难，但是请读者诸君相信,我们已经很努力。当然,一如你们已经看到的那样，我们也关心经济大转型年代生活观念和意识的变迁。

这一年我们没有忘记那些普通人。虽然我们的报头上打着“经济”的字样,但我们从来都明白,任何经济的成长,如果不能最终造福于普通人,即使不能说毫无价值,却也没有任何可以夸赞于世的荣耀。我们关心重庆身份转换的农民,也关心一场矿难之后的罹难者和幸存者,我们知道支撑中国这两个字的,是千万万这样的人。我们坚信,这个国家未来的方向,将取决于这些人的意愿。

但是现在,让我们回家吧,暂时放下那些“重要的事情”。亲爱的朋友,让我们停下匆匆的脚步,转向家的方向。现在,我们只关心一件事：游子是否能够安抵心中的家园，守望的父母能否在除夕夜牵住儿女的手，那些分离经年的妻儿和父子,还有兄弟姐妹们,能否一起点亮门前的烛火，轻轻地说一声,我们到家了。我们会明白,不管前面的路有多远,我们依然可以分享这一刻的幸福与感动,并且,来自家园的点点烛光,将会温暖前方路上那些或许风雨交加的岁月。

过去这一年，我们一直在路上。资本在路上,公司和企业家在路上,思想者在路上,所有行动者在路上——整个中国都在路上。现在,让我们回家。我们知道我们还将上路，但是只要我们知道回家的路在哪里，我们就可以坦然面对所有未知。如果我们对自己,对身处的这个国家和社会还可以乐观,这是最重要的理由。

原本是礼尚往来的新年礼品,被承载越来越多的内容

年礼

贺文 刘伟勋 程志云/文

越接近春节,顺丰快递的黄师傅和他的同伴加班的时间越长,原因是黄师傅负责写字楼里的公司开始向客户发送新年礼品,这让他们的业务量增加了近一倍。

王学敏是励展华群公司的副总经理,公司主做礼品展览业务,他介绍,北京地区顺丰业务量已经接近爆仓,很多快递公司年前已经不再接件,而这与“礼品配送有很大的关系”。

果篮、挂历、折叠自行车……这些都是从黄师傅手中传递出去的新年礼。而让他印象最深的是一家公司一周内发出400多件红酒的年礼。

年前超负荷送礼的背后,是中国人情公关的礼文化。礼尚往来原本是中国社会的正常现象,但现在礼赠被承载越来越多的内容。

疯狂的苹果

于健所在公司专门做订制礼品服务。于健是公司一事业部负责人,与往年节前的忙碌不同,今年他们更觉时间紧迫——今年南方地区连续大范围低温冰雪,为了保障已经受理的客户订单能够准时送达,于健所在公司今年提前了给物流公司大宗货物下单的截止日期:1月15日。

于健所负责部门的大客户主要是银行,今年客户采购的礼品中很重要一部分是电子类产品,最流行的莫过于苹果系列。

从2005年开始于健就迈入礼品定制行业。他记得,四五年前客户集中采购的电子产品有索尼的PSP,后来是任天堂的Wii游戏机,还有罗技标价1000多块、造型很好看、可以当遥控器用的鼠标。

从2008年开始，可供选择的电子类消费产品逐渐多起来。也就是从那时开始,苹果旗下的产品在礼品业里逐渐升温,iTouch、iNano、iPhone1都受到送礼方的关注。于健还记得,当时的iPhone1售价大概是四五千。

今年春节,苹果的iPhone4和iPad 无疑是最火的电子产品。

在一家互联网公司公关事务部工作的小汪说,为了答谢客户,去年12月底,他们从中关村的手机经销商那儿买了30部iPhone4，每部单价6400元。而iPhone4去年上市时,官方起售价才4999元。

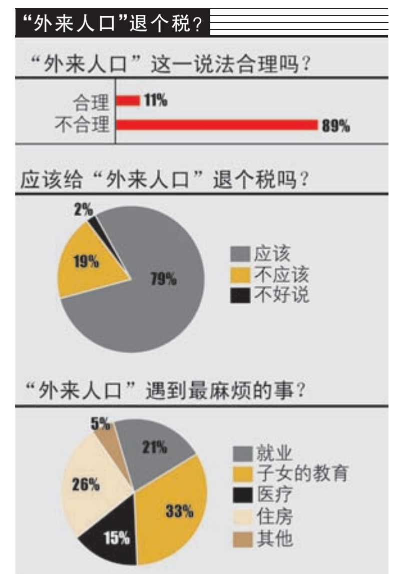
由于厂商采取饥饿营销模式,目前iPhone4更是“一机难求”,于是苹果的另一款电子产品iPad乘势成为替代品。

在北京一家公关公司做副总经理的李毅明说,今年他们几家客户春节前选择的礼物都是iPad,有的公司甚至一下子订几十台。

下转07版

一周调查

“外来人口”退个税?



参与投票总人数:2679

调查详情请登录经济观察网 www.eeo.com.cn

微排地球
详见第56版

时势解码

汇率政策不能跟着企业走

陈炳才 田青 / 文

中国的汇率改革，存在非常奇怪的现象：2005 年汇率改革之前，纺织业等行业激烈反对人民币汇率升值，提出纺织业利润只有 2%–3%，如果汇率升值超过 3%，就会全行业亏损。而 2010 年，当市场再次预期人民币汇率升值时，机械行业激烈反对，提出行业利润只有 1%–3%，升值 1%就有 1/3 亏损，升值 3%全行业亏损。

学术界对此也看法不一，虽然有学者反对人民币汇率大幅度升值，但对升值幅度尚无人明确。

汇率让人迷惑，也让政策迷惑。

误区

2005 年汇率改革结果如何呢？汇率改革当年，在中国贸易顺差 1175 亿美元中，有 900 多亿美元是纺织业贡献。汇率升值和纺织品出口实行配额以后，纺织产品出口数量减少，出口的价值却提高了，很多纺织企业并没有在 10%–20%的汇率升值后倒闭，纺织企业仍然有赢利空间。何以如此？原因是纺织品出口配额提高了出口价格。这说明企业对汇率升值的适应弹性很大。

按照国际惯例，如果一国的需求和供给能够在国际上占有比较大的份额，就可以形成垄断价格。但中国具有垄断地位的稀土，出口占全球 85%，出口价格不仅没有形成垄断，反而持续下降。从 1990 年到 2005 年，中国稀土出口增长近 10 倍，而价格下降了 64%。

笔者曾经问过很多出口企业，为什么不能和外商讨价还价？所有企业几乎都回答说，没有谈判能力，外商报价不接受，他们不要我们的货物，会与其他企业谈判。

其实中国企业可以提高价格，在合理的成本内，外商是可以接受的。因为企业换一个客户，需要重新谈判，签订合同，确定新的银行，银行对企业需要授信，结算银行之间也要相互授信，而且相互要了解，外商要了解进口产品的质量和差别，稳定性和持续性，这些需要费用。在这个费用范围内，外商是必然要接受的。因此，正常情况下，提高 2%–3%的价格企业是可以接受的。

事实上，中国出口产品是离岸价格，只有国际市场价格的 1/4–1/6，汇率升值只是让中间商的利润降低了一些，厂商在价格上仍然具有国际竞争能力。

企业在国际上没有谈判能力，在国内却有话语权。企业没有利润，就去向政府提要求，压政府提高出口退税，压政府让汇率贬值或不升值。不然，企业没有利润，工人就下岗、失业。而不了解企业实际的学界争论使这个问题更是扑朔迷离。这就是中国的汇率决定机制的一个误区，而汇率政策迁就企业要求，实际上是默许企业搞价格竞争。

6:1 的汇率仍有竞争力

2005 年以后的汇率升值已经证明了当初的很多认识是不正确的。

企业到底能够承受多大的汇率升值呢？2005 年 7 月汇率升值 2%后，笔者接触到不少企业抱怨说汇率升值 2%太小，外商不愿意接受提高价格，只好自己消化。而现在汇率升值 5%以上，所有企业都面对一样的压力，外商就愿意接受提价。目前名义汇率升值 20%，很多企业确实提高价格，外商也接受了。因为外商比中国的企业还要了解出口产品的成本和利润，他们从中国企业获得的产品价格与其销售的价格差距仍然在几倍，如果把中国企业的利润都压没了，外商也就没有利润来源了。

因此，汇率要么不升值，升值就应该达到一定的幅度。还需要指出，中国的进出口关联度很大，外资企业占据了出口的 55%–58%，这些两头在外的企业对汇率升值的适应性很强，汇率升值以后，出口成本提高的同时，其进口成本也降低了，影响几乎为零。而一般贸易企业，相互压价竞争突出，压价的幅度至少在 10%–20%以上，汇率升值不过是让企业自动减少了压价竞争，政府不再补贴企业价格竞争而已，不必要担心其出口的价格压力。

从经验来说，中国企业能够适应国际原材料和能源市场价格 40%–50%以上的波动，对长期汇率 30%–35%的波动却不适应，在道理上说不通。

其实，短期汇率在 5%–10%的范围内上下波动，是浮动汇率机制的正常要求。如果正常的汇率波动都适应不了，或者是企业不适应做国际贸易，就是应回到固定汇率制度。在笔者看来，人民币兑换美元在 6:1 的汇率水平仍然具有很强的竞争能力，而且有利于抑制国际大宗商品价格上涨。

> 中国汇率决定机制的一个误区就是汇率政策迁就企业，而这实际上默许了企业搞价格竞争

升值损失并非都由出口承担

汇率决策或汇率分析的最大障碍也在于人们不清楚汇率升值以后，到底是谁在承受汇率升值的压力和损失。

企业和学者都认为汇率升值了多少，国内企业出口获得的外汇兑换为人民币就会有损失，导致利润减少，并推断企业会亏损破产倒闭乃至影响就业和社会稳定，甚至影响出口，这是国内关于汇率不能升值的分析逻辑。

而事实的逻辑根本就不是如此。

所谓汇率升值的汇兑损失只是发生汇率升值以前的订单和出口收汇，汇率升值以后的出口和订单，凡是可以提高价格的，企业在其合同价格中，都会有所反映。有些企业在合同中明确，汇率升值 2%以内，企业自己承担，升值 2%以上部分，对方承担，有些企业在合同中明确分担比例。因此，汇率升值不完全是国内企业承担，也有部分是境外中间商人承担，或者是境外企业、消费者承担。

其实，在汇率升值的同时，国内产品的价格有些是下降的，而且对美元汇率升值，对其他货币未必升值。更重要的是，很多企业从事出口的同时，也从事进口，因此汇率升值对其影响不大。

汇率政策要有长远战略目标

首先，汇率政策要支持低碳经济和技术发展，推动中国经济转型。适应气候变化，发展低碳经济和技术，是人类未来 10–40 年的必然要求，如果中国不能使二氧化碳等温室气体排放控制在合适的目标范围内，中国的未来发展将面临国际困境。

只有实行了转型，中国才能在国际上提高地位。汇率政策不能再鼓励高消耗、高污染、高能耗、低利润乃至无利润的出口，应该鼓励低碳能源、技术进出口和低碳经济的发展。这也要求汇率不能按照目前的水平和模式来运行。

其次，汇率政策要重在促进内需和消费需求。中国出口的产品总体上价格低、成本高、环境污染重、生态危害大，不利于推动国内需求尤其是消费需求。汇率政策某种程度上在鼓励压价竞争和低工资竞争，很多外资出口企业十多年工资几乎不改变，而管理层和领导层拿着差距悬殊的高额工资，企业积累或转移了巨大的利润。

国内一些民营企业把普通工人工资压得很低，应该大幅度提高普通工人工资水平。今后应该鼓励高附加价值和具有自主知识产权、自主品牌的产品出口，汇率水平应该有利于减少资源能源消耗和环境污染，在同样出口品数量下，创造更多的外汇，甚至在减少出口数量的情况下，创造更多的外汇。

再次，汇率政策要为未来 10–20 年的国际收购准备。从 1973 年石油危机到第二次石油危机再到日本泡沫经济破灭、苏联解体，到亚洲金融危机和目前的金融危机，几乎在十年左右就会发生大的经济、金融危机。每次危机，都是收购的好机会，过去十年，中国避免了两次大危机直接冲击，未来应该利用危机进行国际收购。中国能否在下次全球危机的阶段进入发达国家行列，是否有能力收购国际资源和技术，需要在汇率水平上有所准备。目前的汇率水平，不适合进行大规模国际收购。

第四，汇率政策要主动而不是被动。长期以来人民币对美元的波动被动居多，主动较少。美国、欧洲用非常高的反倾销、反补贴重税抑制中国企业的出口还将继续，国际标准组织制定的社会标准责任将迫使所有出口企业考虑用工福利和员工待遇，迫使企业改变以价格竞争为主的策略。

与其让外界压迫我们改变，不如自己主动采取措施。在中美汇率问题的博弈中，我们也要主动，汇率问题不能政治化，也不能情绪化，民众化和企业化，应该根据真正情况去调整，不因美国施压升值偏不升值，也不因美国不施压而保持不动。

（陈炳才为国家行政学院决策咨询部副主任）

“十二五”开局猜想

张涛 / 文

伴随 2010 年经济数据的公布，“中国经济最复杂的一年”终以 10.3%的 GDP 增长和 3.3%的 CPI 收官，“十一五”更以 11.2%的平均增长和 3%的平均通胀水平成为了自 1978 年以来的六个五年计划（或规划）中成绩最好的五年，中国经济呈现出了“6:4:2”的格局：五年来 11.2%的年均增长中，净出口的拉动近 2%之多，消费的拉动为 4%，投资的拉动为 6%。与此同时，随着“十二五”的到来，中国经济已经走到了分水岭。

“6:4:2”收官后

中国在经济总量上已经成为了世界第二，人均 GDP 也由 2005 年底的 1800 美元快速升至 4500 美元；同时结构性问题也日益突出，政府（包括国有企业）在国民收入分配中的比重过高、外部资金对于中国内部货币环境的影响越来越大、经济对于以信贷投放为主的货币供给依赖不断增强、各类资产市场泡沫压力有增无减。

总量方面，2006 年至 2010 年间，经济总量（GDP）翻了一番至 40 万亿之多、人民币对美元累计升值了 22%、财政收入累计实现了 30 万亿、信贷累计投放了 29 万亿、货币供给（M2）累计增加了 43 万亿、外汇储备累计增加了 2 万亿美元、贸易顺差累计实现 1.2 万亿美元、FDI 累计 4200 亿美元、A 股总市值增加了 715%、80 版的猴票价格累计增幅是 525%。

结构方面，以 2005 年底数据为基，财政收入占 GDP 的比重由 17%升至 21%、信贷增量占 GDP 的比重由 9%升至 20%、M2 余额占 GDP 的比重由 162%升至 182%、外汇储备余额占 GDP 的比重由 36%升至 48%、国有企业利润占 GDP 的比重由 4.89%升至 5%。

因此，经济总量已不是当前中国的主要问题，结构性失衡的纠偏已经成为今后经济发展的核心。

开局年“4:4:2”猜想

如果观察“八五”以来历次五年计划（规划），开局之年的一个基本共性，即经济增速超过两位数的概率较低。若这种经验在 2011 年依然有效，以及政府换届的周期作用和结构性调整的重任，那么“十二五”的开局年要实现 10%的增长，则需要投资、消费和出口三驾马车“4:4:2”的格局来保障。

五年计划开局年的比较

	1991（八五开局）	1996（九五开局）	2001（十五开局）	十一五 2006	2007	2008	2009	2010	2011（十二五开局）
GDP 增长率	9.20%	10.00%	8.30%	12.70%	12.70%	9.60%	9.20%	10.30%	10%
三驾马车拉动 消费	6.00%	6.00%	4.20%	5.10%	5.10%	4.20%	4.10%	4.90%	4%
三驾马车拉动 投资	2.20%	3.40%	4.10%	5.60%	5.60%	4.60%	8.70%	4.70%	4%
三驾马车拉动 净出口	1.00%	0.60%	0.00%	2.00%	2.00%	0.80%	–3.70%	0.70%	2%
CPI 年涨幅	3.40%	8.30%	0.70%	1.50%	1.50%	5.90%	–0.70%	3.30%	4.5%
一年期存款利率	7.56%	7.47%	2.25%	2.52%	2.52%	2.25%	2.25%	2.75%	3.5%
一年期贷款利率	8.64%	10.08%	5.85%	6.12%	6.12%	5.31%	5.31%	5.81%	6.5%
贷款增速	20.60%	21.00%	11.60%	15.07%	15.07%	18.76%	31.74%	19.90%	17%
M2 增速	26.50%	25.30%	14.40%	16.94%	16.94%	17.82%	27.68%	19.72%	18%
信贷增量 /M2 增量	94.34%	64.26%	64.90%	65.34%	65.34%	58.11%	71.30%	68.81%	62%
M2 与 GDP 比例	89.00%	109.00%	144.00%	160.00%	160.00%	151.00%	179.00%	182.00%	190%
固定投资增速		12.30%	14.40%	24.30%	24.30%	26.10%	30.50%	24.50%	——
社会消费增速	13.44%	20.15%	26.07%	13.74%	13.74%	21.61%	15.54%	18.40%	——
出口增速	15.82%	1.53%	6.78%	27.17%	27.17%	17.48%	–16.01%	31.30%	——

注：2011 年数据为作者预测

而这种格局外部最大的风险在于欧洲主权债务危机的加重、美国经济复苏的受阻，届时外需将会留下 1%–2%的缺口，“出口不行，投资补充”（在 4 万亿经济刺激之下，2009 年 GDP 增长 9.2%，相应投资、消费和出口的拉动分别为 8.7%、4.1%、–3.7%）的局面恐怕还会再次上演。

内部最大的风险仍然是货币环境的异化直接导致通货膨胀压力加重（2010 年末，M2 占 GDP 升至 182%，居民的通胀预期指数相应升至 81.7%，已超过了 2007 年的高点），从而对结构性调整形成掣肘。

所谓货币环境异化，是指在出口导向的发展战略之下，外部资金的进入——外汇占款激增，使得中国货币投放内生性的特征逐渐加重，而央行对于货币供给的控制，更多的依靠数量手段（存款准备金和公开市场操作）的被动对冲。例如，2001 年外汇占款的增量占 M2 增量的比重仅为 17%，而就是在经历了一场百年一遇的金融危机之后，截至 2010 年底该比重仍高达 43%，而 2007 年至 2008 年间，该比重甚至超过了 60%，意味着中国的货币供给中超过一半由外部资金主导的（现有的外汇结售汇体制下，每进入中国 1 美元的外部资金，央行就需要投放 6–7 元人民币）。正是在此种异化之下，才有当前热议的货币超发一说：2010 年 39.8 万亿元的 GDP 规模，是 1978 年 3645.2 亿元 GDP 规模的 109 倍，同期 M2 从 1978 年的 859.45 亿元增长到 2010 年底的 72.58 万亿元，增长了 845 倍。

虽然中国的市场化、工业化、城镇化进程不断加速，客观上需要一个快速的金融深化速度，但不可否认，其副效应就是通胀压力的加重，尤其是货币环境异化下，央行调控空间收窄，更为通胀管理增加了难度。因此，在“十二五”开局的增长要求、外围经济不确定以及货币环境异化等多种因素之下，通胀管理自然就成了宏观调控的首要，只有在通胀不出大事的条件下，才有可能继续加速推进结构化调整，因此 2011 年通胀走势仍然会成为牵动全年经济运行的“牛鼻子”。

经济增长仍依赖信贷

有关货币供给究竟什么程度是合适的，中国经验数据显示货币供给超过实际 GDP 增率和 CPI 4–5 个百分点是合适的，同时 GDP 在 8%–10%之间，CPI 在 3%–4%之内，或者这两个条件下的经济运行让宏观层感觉到最舒服，那么在过去的十年间，有五年就是这样的“舒服”环境。

而这五年的货币环境大致是：M2 的平均增速为 17.7%、信贷的平均增速为 16.7%，信贷投放占货币供给增量的比重是 61%。

如果按照上述“舒服”的货币环境指标来测算的话，2011 年的信贷投放应该不会少于 2010 年 7.95 万亿的规模，笔者估算的结果是在 7.8 万亿至 8 万亿之间，相应 M2 增速和信贷增速分别为 18%和 16%左右。

这里需要强调的是，虽然央行官员已经明确提出要实现“货币条件回归常态”，但从 2008 年 11 月份宏观层启动一揽子经济刺激方案以来，危机下的经济增长对于信贷的依赖度仍不断增强：2009 年新增信贷 9.59 万亿、2010 年是 7.95 万亿，而如果把存于表外的信贷资金算入的话，中国信贷投放实际上已经连续两年超过 10 万亿，在保证经济运行不出现“硬着陆”的前提下，货币条件的修复注定是个漫长的过程。

通胀“两头低、中间高”

目前市场对 2011 年通胀的共识是超过 4%是大概率事件，而“前高后低”看法占据主流。对此笔者有不同看法，虽然经济预测出现偏差是常有之事，但笔者抽取 2000 年至 2010 年的历史数据，分别沿着翘尾与新涨价、通胀指数和环比两个思路，推算了 2011 年各月 CPI 的走势，测算的结果是：包括本世纪以来的极端条件在内，2011 年通胀升幅大致落在 2%至 6.5%之间，如果进一步剔除季节性因素、宏观政策导向以及其他因素，2011 年 CPI 涨幅大致应该落在 4%至 5.5%之间；至于各月的走势则是：2011 年三季度是通胀压力最大的时期（CPI 单月同比涨幅超过 6%），走势更像是“两头低、中间高”的态势。

汇率政策应有变

在货币环境回归常态的要求下，中国货币政策的转向是必须的。实际上自 2010 年 6 月 19 日以来，央行手中的利率、汇率和数量工具已经在轮流使用，而面临未来的通胀压力，加快人民币升值速度，进而对冲因能源价格上涨等因素形成的输入性通胀压力。至于说升值预期强化的问题，则可以通过扩大人民币对美元的波动幅度，进而增加投机资金的交易成本来缓解。

数据显示，自 2010 年 6 月 19 日二次汇改以来，至今人民币对美元已累计升值了 3.63%，年化后的升值幅度为 6.18%，如果以 2011 年初算起，至今人民币对美元实际升值幅度 0.52%，年化后是 8.53%。如果比较两次汇改之后，人民币对美元一年间的实际走势，无论是人民币的升值速度，还是波动幅度，“6.19”二次汇改以来的情况均明显超过 2005 年一次汇改，2005 年 7 月 21 日至 2006 年 7 月 21 日期间，人民币对美元升值幅度为 3.61%，其中还包括 2005 年 7 月 22 日一次性升值的 3.1%；相应 2006 年当年人民币对美元实际升值幅度则为 3.35%。

因此，笔者大胆猜想：2011 年人民币对美元的升值幅度可能会接近 7%，而在制度方面扩大人民币对美元的波动区间也会随之而来。

（作者供职于中国建设银行总行金融市场部，文中观点仅代表个人观点）

编读往来>>>>

读报留言

《山西煤炭反腐》
刊于 2011 年 1 月 24 日 06 版

煤炭腐败是高利润和政治寻租的一拍即合，那些官员手里的审批权是腐败的“工具”。对于采矿权，市、县两级政府都有权审批，最后报省备案，为了能通过审批，矿主不择手段、不惜代价，而手握行政审批大权的政府官员们，正好为权力寻租找到了平台。这也是煤炭腐败案一旦出事，就会牵涉大大小小几十个官员的根本所在。

——新浪网友

山西的煤炭国有化并没能解决腐败问题，当煤矿全部国有化的时候，带来的腐败更多，有人曾经幻想把煤矿全部国有化就能防止矿难，现在看来与初衷相差甚远。由政府主导的煤炭重组将市场机制排除在外，国有大矿的腐败并没有被制住，一个国有大矿、地方政府和私营煤老板的新的寻租链条更可怕。

——网易网友

读者来信

中粮做空难抑粮价

去年下半年玉米、稻米、白糖、小麦等国际价格持续上涨，国际货币宽松是导致粮价上涨的一个重要因素。国内通胀压力也一直挥之不去，中粮集团在现货市场上收购农民的粮食，同时也参与期货市场，通过控制期货价格，以平衡风险和控制现货价的目的。

但是我觉得中粮目前面临的处境比较危险，主要是中粮参与了太多的期货市场做空行为，中粮集团是目前国内最大的期货空头，从大豆、豆油、豆粕、棉花等期货交易所的持仓里就可以看到。

中粮集团的最大赌注就是，将现货全部都抛出以抑制物价，期货上最大的空头，一旦外资继续拉高国际期货粮价，中粮集团这个航母面临一夜倾覆的危险，相关管理层应该已经意识到这个风险，应该及时清查自己的粮食库存做好准备。同时不要盲目地抑制物价，盲目紧缩会被外资钻了空子。

我的建议是，不要损害国内投资者的利益，根本的矛盾还是供需，在国内限定价格、稳定物价、保证供给，这才是稳定物价的良策，单纯治理期货市场那不是根本的解决办法，现货少是中粮的弱点，外资也是利用农业薄弱这个弱点才拉升国际粮价。

——经观网友 DAKAR

有话要说

治堵仍要以公平为先

北京小汽车越来越多造成的交通拥堵成为大问题，但北京的治堵方案在公平性上仍欠考虑。小汽车过多造成的堵车越多，没买车的人感觉越不公平。买车成本很低，人民收入越来越高，没买车的也想买车，必然形成交通拥堵局面的恶性循环。

为了公平，也为了鼓励大家少用小汽车、多用公交，除了现已提出的各种解决方案之外，建议政府采取奖励补偿不用小汽车的家庭或个人等措施，鼓励市民尽可能少买小汽车少用小汽车。

最根本的办法还是要建立完善的公交体系。未来理想的交通，也像东京、香港等地区那样，大家即使有小汽车也都自觉尽量使用公共交通工具。但这需要大量投资和很长的时间。在公交系统很不完善的北京现实条件下，利用奖励补偿政策吸引一部分自驾车的公众使用比自驾车麻烦的公交工具。对于自驾车和公交出行的人，虽然各自都有不满意之处，但可以减少小汽车的使用强度，让路面较为顺畅，总体上来说是个最优解，不失为各特大城市治理交通拥堵的现实良策之一。

——林兆荣

本报热线
北京：北京市东城区和平里兴化东里化工大院甲 7 号楼
广告热线：(010)64209022–1151、1199
发行热线：(010)64209022–1175
新闻热线：(010)64209022–1125
上海：上海市肇嘉浜路789号均瑶国际广场19楼F1-F2座
广告热线：(021)34160312
发行热线：(021)64049862
广州：广州市东山区建设六马路 29 号荣建大厦 7 楼 D,E 室
广告热线：(020)83312438
发行热线：(020)83312438
深圳：深圳市景田东路紫荆苑梅花阁 101
广告热线：(0755)82968277
发行热线：(0755)82968277

2011 年新医改下沉 2000 家县级医院将获扶持

本报记者 温淑萍 北京报道

2011 年，是新医改的收官之年。对于收官之年的点睛之笔，卫生部定位为重点发展县级医院。

本报获悉，目前中国共有 6000 多家县级医院，依据卫生部的发展步骤，将先对 2000 多家县级医院实行重点扶持。

而此前中国的新医改中，对于公立医院的改革，是先从地市级三甲公立医院入手。目前，中国的综合性三甲、专科三甲医院总数不到 2000 家。

由于县级医院总数高于三甲医院，并且县级医院覆盖的人口远远超出三甲医院，达六七亿人，医药界人士评价称，2011 年是医改下沉的一年。

改革县级医院

2011 年是中国新医改转换思路的起点。

1 月 10 日，在卫生部的例行新闻发布会上，新闻发言人邓海华在介绍 2011 年卫生工作重点时称，将选择 300 个覆盖县域人口较多、基础较好的县医院开展综合改革试点。这也是加快公立医院改革试点的内容之一。

目前，中国所有类型的医院加起来达 2 万多家，如果用金字塔的方式来排列，三甲公立医院为最顶端，其次为县级医院，最末端是一级医疗机构，即乡镇卫生院。

据了解，在这个以 3 个档次构成的金字塔中，最末端的乡镇卫生院医疗机构数量最多，达上万家，服务对象为农村人口，达 2 亿到 3 亿人。其次为县级医院，在中国 2000 多个县级区域内，按常规每个县有 3 家县级医院，一个综合性人民医院，一个是中医医院，另一个是妇幼保健医院，有的县还有第二人民医院。

据香港艾力比医院管理研究中心在全国县级医院调研中统计，6000 多家县级医院服务的覆盖人口共达 6 亿到 7 亿人。按金字塔结构区分，县级医院的发展和公益性改革，自然成为公立医院改革中的重中之重。“医改重点是县级的，县级服务的人群最多，不抓住这些人群，怎么改核心？”2011 年的县级医院改革，在香港艾力比医院管理研究中心主任庄一强看来，就像是一次班级成绩水平的拔高。

庄一强认为，只有把中间人数最多的这部分医院水平提高，才能同步显示医改的整体水平，而县级医院正是覆盖人数最多的这部分。

“公立医院的改革目前取得了一定的进展，但是离社会期待的还有一段距离。虽然改革的大背景是这样，但不能因为上一个改革未完成，就停止下一个改革的开始，县级医院的改革其实也是 16 个试点城市基础上的深入。”卫生部人士介绍，此前已经集中讨论了公立医院的改革内容，对这项改革的深入有了进一步的想法。

这意味着，中国的新医改从提高尖子生之后，正在向提高中间生迈进。由于医疗机构的数量和服务人口的定型，新医改正在自上而下逐步下沉。

加大投入

去年年底，卫生部决定于 2010 年 12 月 10 日至 2011 年 1 月 20 日在 16 个国家联系试点城市开展基线调查。调查内容包括试点城市政策环境、改革试点进展情况、改革试点绩效及其影响因素、相关各方对公立医院改革的看法和反映等。

据记者了解，目前调查结果虽然尚未公布，但从总体上看，试点城市的热情并不算高，主要原因来自相关财政补贴问题并未得到落实，部分试点公立医院对改革持观望态度。

实际上，公立医院改革涉及诸多方面，包括医生薪酬制度改革，医院运行管理机制改革，以及医院本身的硬件建设和设备投入。对此，有分析人士认为，16 个公立医院试点的改革还未画上圆满句号，并不应急于启动县级医院的改革，“因为县级医院的投入远远超出 16 个公立医院试点的投入。钱从哪里来？”

据卫生部人士介绍，2010 年全国财政医疗卫生支出预算安排 4439 亿元，中央财政对医疗卫生预算支出为 1389 亿，实际支出是 1217 亿，由于改革的内容启动较慢，中央资金下拨的进度也被拖慢。而 2009 年全国财政医疗卫生支出 3994 亿元，其中中央财政医疗卫生支出就达到 1273 亿元。

目前看，这两年资金主要用于医药卫生体制五项重点改革，尤其是基本医疗保障扩面提标，基层医疗服务体系建设及公共卫生服务均等化等。

据卫生部人士介绍，对于县级医院的改革费用，早在 2010 年，卫生部就有了基本的思路。当年 11 月，卫生部党组书记张茅在一次内部会议上称，计划在 3 年内安排投资 360 亿元重点支持全国 2176 所县级医院建设。

记者了解到，在近期卫生部的规划中，县级医院改革有了细致着落，“中央财政一次性补助 50 多亿，支持全国 2130 多个县级医院的建设。此外，另申请中央财政资金，为县级医院培训 6000 名骨干医师。”

多晶硅原则上不再审批《行业准入条件》剑指环保

本报记者 万晓晓 张向东 上海、北京报道

多晶硅不再与两高相提并论，但在政府投资项目核准新目录出台前，新建的多晶硅项目原则上不再批准。

这是上周工信部、发改委、环保部共同发布的《多晶硅行业准入条件》（下称《条件》）核心内容。

有关部门希望以《条件》约束再度向多晶硅行业“淘金”的企业。一位工信部官员向本报指出，“此番政策相对温和，对大企业是好事，对已经上马的小企业，也可以通过技改完善”。

此外，该政策被视作此前“38 号文”的延续。业内认为，由于工信部一年多来的细致沟通，《条件》出台，显示出更为务实理性的态度。2009 年 9 月，国务院出台了“38 号文”，将多晶硅行业列入“产能过剩”行列。

然而，2010 年，多晶硅却因供不应求，价格暴涨。数据显示：2010 年，中国国内多晶硅产量达 3.5 万吨，向国外进口超过 4 万吨。

> 对于一个已经成熟的行业，可以根据以往和目前的情况，判断产能过剩与否，但对于多晶硅等新兴行业，还很难判断

这一次，《条件》的关注度从“是否过剩”的讨论，集中在“企业是否环保生产”的角度，并且，不再将多晶硅与“两高”相提并论。

门槛界定

“我们出台这个文件不是要限制企业，而是规范行业发展，”1 月 26 日，工信部一位司局级官员向本报强调。他指出，《条件》的出台，对于行业里的大企业来说，是扶持而非打压。

《条件》指出：在政府投资项目核准新目录出台前，新建多晶硅项目原则上不再批准。但对加强技术创新、促进节能环保等确有必要建设的项目，报国务院投资主管部门组织论证和核准。

这意味着，政府对国内盲目上马的多晶硅企业采取了严格的门槛准入制——重点约束在生产规模、能耗和资源回收方面。对多晶硅生产的选址、能耗、环保、规模方面做出了明确规定和限制。

尤为突出的是：规定新建太阳能级多晶硅项目每期规模大于 3000 吨/年，太阳能级多晶硅还原电耗应小于 60 千瓦时/千克，自然保护区、水源区、居民区等环境 1000 米内不得新建多晶硅企业等。

此外，企业新建和改扩建项目投资中最低资本金比例不得低于 30%。严格控制在能源短缺、电价较高的地区新建多晶硅项目，对缺乏综合配套、安全卫生和环保不达标的多晶硅项目不予核准或备案。

多晶硅行业投资巨大，通常 1000 吨生产规模投资约在 7 亿至 8 亿，3000 吨的建设规模、30%的最低资本金等条例规定，将一些“雷声大雨点小”，打着新能源概念，在资本市场圈钱的企业拦在了门外。

据悉，《条件》在发布之前酝酿了一年多的时间。期间，国家发改委、环保部的多个司局曾多次召开会议，与企业座谈，并多次实地调研，着重就门槛标准认定等环节，征求企业意见。

上述工信部人士透露，《条件》的发布是对之前 38 号文的延续。而《条件》中提到的“政府投资项目核准新目录”，未来将相互配套，并且独立存在。

有消息透露，“政府投资项目核准新目录”，已经上报国务院一年有余，目前仍在待批阶段。

近年来，中国多晶硅行业存在盲目投资、重复建设、无序上马的现象。“国内多晶硅生产发展势头很猛，但真正懂技术能够达产的企业很少，很多企业在投入的时候，缺乏对市场的判断分析。”上述工信部参与政策制定的官员指出，不少企业声称自己产能很大，但厂房建立都一年多了，总是不达产。

争议

《条件》的出台，把对多晶硅行业的关注度从是否过剩的讨论，更多集中在“企业是否环保生产”的角度。

“这一次，我们在制定《条件》政策的时候，没有过多局限在是否产能过剩这个定义中，因为产能是否过剩本身是很难界定的，”工信部上述司局级官员向本报表示，对于一个已经成熟的行业，可以根据以往和目前的情况，判断产能过剩与否，但对于多晶硅等新兴行业，还很难判断。

据了解，一年多以来，工信部加大了与光伏企业对话频率，并成立了“光伏产业联盟”，对企业的运行进行监测分析。

赛维 LDK 公关总监姚峰表示，一年多以来，工信部和企业多有沟通，是主动深入企业了解生产运行情况，得到的数据更为准确。

“从行业的角度看，多晶硅存在的问题是一哄而上、盲目乱投资，而不是别的”，工信部官员强调，从政策的角度说，我们需要规范和引导，而不是打压。政策制定需要站在一个前瞻的角度来做。

他认为，《条件》相对还是较温和的，希望更贴近企业实际需求。比如电子应用的多晶硅和太阳能多晶硅产品，二者对能耗的要求是不一样的，则采用区别对待的方式。

不过，众多企业在接受本报采访时表示，在其他的具体要求上，仍有需改进的地方。

例如，《条件》规定：2011 年底前，淘汰综合电耗大于 200 度/公斤的太阳能级多晶硅生产线，还原电耗要小于 60 度/公斤。

有不愿露名的企业指出，“还原电耗 60 度/公斤的标准，属国内较好水平，但作为标准制定相对较高，很多企业无法达到，现状平均水平约为 80–90 度/公斤。”

同时，“综合电耗 200 度/公斤的指标又较低，完全没有竞争力，行业水平约在 180 度以下。”上述人士指出

此外，两个指标并不一致。“还原电耗是综合电耗中重要的一环，如果还原电耗达到了 60 度/公斤，那么综合电耗是不会超过 150 度的”。

在如何淘汰上，《条件》也未明确说明，只是表示，工信部会召集相关部委，通过调查，发放准入条件资格。但业内担心，由于退出机制缺失，使得淘汰只能是制造舆论。

“《条件》对于国内的大企业来说是好事情，小规模则可以通过技改，达到要求，增加竞争力。”上述工信部官员表示，今后，多晶硅行业还会出台相应的配套政策。



自1903年起为中国客户服务，矢志不渝地为您的成功努力

苏格兰皇家银行拥有近300年的历史，进入中国市场长达一个世纪之久。在此期间，我们与蓬勃发展的中国市场共同成长，鼎力协助本地客户取得成功。

展望未来，苏格兰皇家银行对中国的业务充满信心。我们承诺将一如既往地以出色的专业知识及完善的客户服务助您继续走向辉煌。

www.rbsbank.com.cn

RBS™ 苏格兰皇家银行

PM2.5 未入环境质量国标 灰霾监测有限启动

本报记者 于华鹏 北京报道

一份关乎所有国民健康的国标征求意见函,在 92.6%的“建议增加”呼声中,以一次小型研讨会的“时机不成熟”原因而被搁置。

这份《环境空气质量标准》所要求监测的是 PM2.5,一种肉眼无法看见的呼吸系统污染物,是导致黑肺和灰霾天的主要凶手。据了解,美国每年有 6 万人因被 PM2.5 颗粒污染而死亡。

目前在日本、美国、德国、欧盟、印度、澳大利亚等都已陆续被纳入国标并进行强制性限制。不过,在 15 年一次的《环境空气质量标准》修订中,环保部在征求各方意见后只对此设立了参考限值,并未纳入强制性限制。

据了解,目前这一指标的监测并没有在国内全面进行,也未有公开相关数据。

本报在环保部 2009 年撰写的《国家污染物环境健康风险名录》中看到:根据中国部分城市地区大气 PM2.5 近 10 余年的监测发现,北京等大城市 PM2.5 的质量浓度已经超过了 100 微克/立方米,是美国标准值的 6 倍。

征求意见

据了解,中国 PM2.5 主要来自燃煤发电、水泥工业和汽车尾气排放等。

“在国内还没有可能短时间内完成能源结构转变的情况下,PM2.5 浓度的改善将举步维艰。”中国环境科学学会环境损坏鉴定中心朱忠军对本报记者表示,“这些颗粒肉眼是无法看见的。而且这些可入肺的粒子中,包含着黏着一些对人体有害和致癌的化学物质,进入肺泡和血液后就会导致病变。”

环保部副部长张力军在 2010 年两会期间举行的“当前环境保护形势和任务”专题采访会上透露,针对反映的“眼见不实”问题,环保部正在研究改变空气质量评价体系,准备增加臭氧、PM2.5 等细颗粒指标及大气能见度等指标。

> 环保部门想的是 PM10 指标刚刚有所改善和提高,再加入 PM2.5 会让这些年的环保成果功亏一篑

但到目前为止,建议增加呼声很高的 PM2.5 指标并未如期纳入监测体系。

事实上,三个多月前,环保部公开了修订《环境空气质量标准》征求意见稿,向各地环保部门、派出机构和重点大学征求意见,其中就包括是否将 PM2.5 纳入到空气质量国标之中。这已是该标准自 2008 年初立项来第二次公开征求意见。

本报获悉,在 2009 年 9 月的征集中,环保部共收到 44 份意见函,占征求意见单位的 23%,其中回函有意见的单位只有 34 家。其中,中国科学院、上海市环境保护局、南京市环境保护局和四川省环境保护厅等 25 家单位一致建议增加 PM2.5,陕西省环保厅和南开大学两家单位以“没必要增加 PM2.5”和“时机不成熟”不建议增加,建议“增加”的单位比例为 92.6%。

尽管在征求意见中呼声很高,但结果却令人失望。此次征求意见后,制定者环保部科技标准司针对标准修改进行了 3 次研讨,就是这 3 次研讨,确立了是否建立 PM2.5 标准的最终命运。

2010 年 10 月 9 日,标准司再次召开修订讨论会,中国环境科学研究院、中国环境监测总站、环境保护部环境标准研究所、北京市劳动保护科学研究所、沈阳市环境监测中心等单位参会,会议讨论出最终结果,认为当前国家制定实施 PM2.5 环境空气质量标准时机不成熟,暂不纳入国标。

但记者从中国环境监测总站的“意见函”中看到:近年监测实践表明,中国大城市中 PM2.5 已占 PM10 的 60%左右,有必要增加 PM2.5 的标准,另外在检测技术方面,国内已基本具备推广 PM2.5 自动监测技术的条件。

监测数据

中国目前使用的空气质量标准是在 1982 年发布实施的《大气环境质量标准》基础上,于 1996 年修改实施的《环境空气质量标准》,其中将 PM10 和总悬浮微粒 TSP 列入“强制性”监测并公开的污染项目。

而 PM2.5 是指大气中直径小于或等于 2.5 微米的颗粒物,也称为可入肺颗粒物。与较粗的大气颗粒物 PM10 和总悬浮颗粒物 TSP 相比,富含更大量的有毒、有害物质,而且能在大气中停留更长时间,输送距离也远,对人体健康和大气环境质量的影响比前两者更大。

其实早在上世纪 90 年代,中国就已有地方对 PM2.5 进行监测。数据显示,当时在广州、武汉、兰州、重庆 8 点位监测结果显示,四城市的 PM2.5 年均值为 46–160 微克/立方米,是美国标准值的 3–10 倍。

但进入 2000 年后,这一状况更为恶劣。根据 2010 年 10 月美国国家航空航天局公布的 2001 年至 2006 年 PM2.5 平均值世界空气质量地图显示,全世界 PM2.5 污染最严重的地区主要集中在两个地方,一个是中国东半部,一个是非洲的北部沙漠。其中中国大部分地区 PM2.5 平均浓度基本在图中所列最高值 80 微克/立方米以上。

另一份非官方数据显示,北京闹市区通过 PM2.5 监测仪测得的浓度达到了 540 微克/立方米和 557 微克/立方米,这远远超过世界卫生组织 WHO 2005 年《空气质量准则》中 PM2.5 年平均浓度为 10 微克/立方米、24 小时平均浓度为 25 微克/立方米的规定。

虽然该数据只是个别点位的个体检测,但从官方口径上,也已经承认 PM2.5 污染比较严重。

目前中国的数据是按照 WHO 对发展中国家 PM2.5 在 PM10 中的比例占 50%折算。环保部数据显示,2008 年中国对 113 个重点城市进行了环境空气质量测算,113 个城市 PM2.5 浓度水平全都超过 WHO 过渡目标 1 的 15 微克/立方米及 WHO 的准则值 10 微克/立方米。按照 2008 年全国城市空气中 PM100 浓度年均值在 14–216 微克/立方米范围计算,中国当年的 PM2.5 浓度为 7–108 微克/立方米。

但有专家在接受本报记者采访时表示,该数据偏保守,而且多数城市的比例 PM2.5 含量已经超过 80%。

嘉兴市环境监测站 2010 年 9 月 2 日在嘉兴学院启动了该市首台空气自动站 PM2.5 自动监测仪。根据该站从 9 月 2 日至 10 日的监测数据,当地 PM2.5 与 PM10 的浓度比例范围在 0.65–0.86,都在 50%以上。

嘉兴只是众多率先开展 PM2.5 的城市之一,中国此前已有多个各级地方环境监测站和气象台在进行监测和数据积累研究。据记者采访了解,环保系统已经在南京、上海、广州、长沙等城市的环境监测站进行试点监测,无锡等地的气象台也在自购设备进行科研监测。

难产背后

时机不成熟是 PM2.5 指标未被纳入的最主要原因。

本报了解到,对于不成熟的理由,该标准的编制说明中解释为:目前中国 TSP 和 PM10 浓度水平较高,两种污染物的污染问题还未根本解决。而 PM2.5 污染较重,如果制定实施 PM2.5 环境空气质量标准,将大范围超标。

与此同时,中国还未展开对 PM2.5 的环境空气质量监测工作,缺少监测基础,因此,从全国的角度制定实施 PM2.5 环境空气质量标准仍然较早。

根据环保部的“规划”,建议先由区域的省级人民政府制定地方 PM2.5 环境空气质量标准,待全国 TSP 和 PM10 污染水平显著降低,全国 PM2.5 污染治理条件成熟时,再制定实施 PM2.5 的环境空气质量标准。

因此,这次修订只制定了不具法律效力的参考限值,要求 PM2.5 浓度限值分两级标准,年平均值的一级标准为 15 微克/立方米,二级标准为 35 微克/立方米,日平均值的一级标准为 35 微克/立方米,二级标准为 75 微克/立方米。

这实际上只是 WHO 给出的三个过渡期目标值,这意味着将 PM2.5 纳入国标需要一个过程。

“美国 1971 年制定实施 TSP 环境空气质量标准,在 1987 年采用 PM10 替代该污染物项目时,TSP 污染问题已基本解决,而在 1997 年发布 PM2.5 环境空气质量标准,也即是在基本解决了 PM10 环境空气污染问题后才着手进行的。”知情人士称。

公众环境研究中心主任马军则表示了不同的看法。他表示,虽然美国发布 PM2.5 标准进行了较长时间的准备,但是美国当时的 PM2.5 平均浓度并没有中国的严重。

“知道改变不了就不去发布是消极的态度,现在经济大国中没有发布 PM2.5 标准的只有中国了,连墨西哥和印度都已经公布了。我们至少要进行全面监测和公布,让群众知道环境的状况,至于改善可以慢慢来。”马军认为。

而对 PM2.5 未纳入标准的原因,一位不愿具名的环保专家表示,阻力除了环保部门担心大范围超标外,来自地方政府的阻力也不容忽视。“环保部门想的是 PM10 指标刚刚有所改善和提高,再加入 PM2.5 会让这些年的环保成果功亏一篑,而且中国‘十一五’的减排任务最后由粗放的拉闸限电勉强完成,再加入新的指标,压力将会剧增,公布了很可能控制不了。”

他还表示,进行全面大范围的监测和布点,需要各级地方政府财政支持。“大城市还好说,到小城市城镇级别将很难提供在设备和建站方面的资金支持,毕竟上马这种项目只赔钱不赚钱。”



CFP/ 供图

回家的成本

上接 01 版

她两年没回过家了,今年攒下些钱,打算带一两千块钱的东西回去看看老人。“平时没时间,也舍不得,春节真想回家。”

2011 年春运在 1 月 19 日拉开帷幕。之后 40 天里,整个中国,大约有 1.5 亿像小井这样的农民工奔波在回家的路上,比一个世纪以来从欧洲移民到美国的总人口的 3 倍还多。

这段时间的火车站,是一个城市中人口密度最大的地方。北京西站对面的街上,卖火烧、炒饼、水饺的排成一排。老板说,春运的营业额是平常的 3 倍。天桥拐角处藏着一位卖凳子的中年妇女,她每年春运都过来卖凳子,高峰期一天能卖出 200 张。

北京西站的南广场里,坐着、躺着无数等待回家的人。一名流浪汉抱怨他们的窝被占了,“不过春运期间的收入却是平常的两倍,饮料瓶、塑料罐多了很多。”

一对来自甘肃天水清水县的姐弟,已经是第三天出现在买票排队的长龙里了。弟弟姚峰在北京做油漆工,姐姐姚兰在公司食堂负责煮饭,两个人工资加起来每月 4500 元左右。姚峰去年 10 月刚当上父亲,但他却从未见过自己的孩子,只是手机里有一张妻子发过来的照片。襁褓之中等待他回去取名的儿子是他连排三宿买票的动力。从北京到姚峰的家乡要 30 余小时,除了火车,还要辗转几次汽车。孩子出生后他曾寄回去 5000 块钱,这一次,他打算把打工攒下的几万块钱都带回家里。

有很多黄牛向姚峰兜售票务,有的甚至表示,只要去西站南广场上的旅馆里花 200 元住上一宿,另外再加 100 元好处费,即可买到去任何地方的车票。姚峰没理会那些人,他担心受骗,但主要是,“加价 300 元实在太贵,无法承受。”

来自江西修水县的李丰整整排了一天,在他几乎准备放弃时,拿到了一张临时客车的退票——从南昌转车,路上要 20 多个小时。他在门头沟一家彩钢厂做电焊工,一个月收入 3000 元左右。这是他第一次来北京打工,出来一年多没有回过家。这次回家前他去王府井买了两袋烤鸭、3 袋果脯,花 300 多块钱;他还特意坐地铁去了天安门,花 10 块钱照了张相,带回去给女儿看,和她说说北京的故事。

不是每一个人都能像李丰这么幸运地拿到票。小井表示,万一排不上,她考虑买高价票,但最高只能承受 100 块的加价。“实在不行,就大年初一再回去。”

有些人干脆选择坐长途大巴,或者与老乡一起拼车回去,事故时有发生,甚至付出生命的代价。1 月 21 日,一辆从广东开往贵州安顺的大巴在贵阳环城高速上因连环追尾侧翻,7 死 25 伤,车内大部分是在广东打工的安顺人。每年,这样的回家惨剧都不鲜见。

铁路的成本

在小井们连夜排队买票的时候,北京西站的党委副书记宋建国也连轴转了一段日子。

在熙熙攘攘的进站厅里,他手持喇叭,身子转着圆圈,嘴里沙哑地吆喝着:“快些散开,不要聚集,拿好行李……”

10 分钟后,回到办公室,他不停地喝水,吃润喉糖,声音依旧沙哑。

从去年 11 月起,北京西站开始为春运做准备,宋建国就减少了回家的次数,而这段时间,他已经不回家了。“春运对我们来说,也是一场战役。”

今年春运期间,整个中国的客流量将达到 28.5 亿人次,比上年增长 11.6%。其中,预计全国铁路发送旅客 2.3 亿人,同比增长 12.5%。

火车是农民工返乡时选择的主要交通工具。多年来顽疾一般的“一票难求”现象让铁路部门在春运时身处风口浪尖。

北京西站在春运开始前已经把隔离带、LED 显示屏维修或更换一新。隔离带是向公安部门借的,春运之后还给人家。西客站为春运做了两三次演练,把演练过程制作成了光盘,员工人手一份,万一发生大面积晚点,员工都应知道该出现在哪个位置,如何处理。

西客站站内增开了售票厅、购票窗口和临时候车区。新增售票人员从机关干部、后勤人员中抽调上来,进行一个月集中培训后上岗。宋建国指着售票窗口里坐着一位戴眼镜、文质彬彬的售票员说:“他是工程师,现在没办法,也得卖票。”

即便这样,售票的人手还是不够,只能把原来的“三班倒”改为“两班倒”。

目前全国共有客运列车不到 4000 辆,平时开行 3000 多辆,剩下几百余辆作为检修、发生故障或者应急事故时的预留车。春运期间这些备用车基本都用于增开。

在宋建国看来,运能和需求之间始终是一个矛盾,春运是短期集中使用资源,如果运力不紧张了,平时必然形成浪费。

铁路部门目前采取“加跑”和“套跑”的方式让列车“加班加点”。比如,以前长春到北京的车,走一夜天亮到北京,入库检修,晚上进站台,返回长春。现在早上到北京后,停一个多小时马上开回长春。“套跑”则是,北京到哈尔滨一个往返时间不够,那就“套跑”一个沈阳,从沈阳回北京。

为了应对农民工这种“钟摆式”的移民,节前全国的列车都来支援北京、上海、广州等地区,节后支援四川、湖南、安徽、东北等地区。

不过,好像出现了一些改观的希望,铁道部副部长王志国 1 月 15 日说,“十二五”末期,随着铁路的建设发展,一票难求的情况将从根本上改观,或者说将成为历史。

但对农民工来说,“高铁时代”也意味着更高的回家成本。随着中国铁路大面积提速,“绿皮车”在 2010 年逐步绝迹,农民工已经“被高价”了一次。

1 月 12 日,上海至成都的动车首发,票价 1035 元的软卧随到随买,501 元的坐席稍有紧张。与此同时,等待返乡的四川民工依然在上海火车站北广场连夜排队,希望买到回成都的普通列车车票,硬座票价 257 元。

空寂的城市

临近年关。在北京工作的陈越家里的卫浴翻新成了半吊子工程——浴室柜没有安上。无论怎么与厂家协商,对方都无法答应她年前安装的请求。“实在没办法,工人都回家过年了,工厂已经放假了。”

陈越的烦恼不止这些。自从保姆回老家之后,家务的压力立刻袭来——买菜、做饭、照顾孩子、洗衣服。以前保姆在时每天都拖一次地,现在几天都没时间扫一次。

她家楼下的早市,不像往日那样熙攘。卖早点的铺子大多关了门,只剩下一两个摊位。烧饼铺的姑娘说 1 月 30 日就关门回家了。

陈越在淘宝网上给儿子拍了一套内衣。隔日,店家给她打电话,说快递公司不收发往北京的件了,货被退了回来。陈越只能选择年后收货。

当农民工们从全国农村涌来时,城市不断抱怨,这些人给城市带来巨大压力。目前北京的人口已经达到 1972 万,其中流动人口突破 1000 万,而这个城市的最大人口承载力只有 1750 万。

当农民工“钟摆式”迁走时,原先拥挤的城市一下子空寂下来,但有序运转的节奏也断裂了。

一些小区的楼道的垃圾箱变成了垃圾堆——据说是因为保洁走了一大半,几十个楼的工作都分摊给几个保洁员来做。由于外送人员大部分回乡,很多餐饮店停止了外卖服务。北京市婴之福家政服务公司的经理顾太芬介绍说,公司大概有近 2/3 的员工回家过年。过年期间家政服务费飙涨,钟点工的价格甚至能涨到每天 100 元,最高能达到每天 200–300 元。

与家政服务行业相似,城市保安也是每年过年期间最空缺的职位。记者走访了几个小区的物业公司,大概有 1/3 的保安选择回乡过年。物业公司只能通过收缩巡视点来弥补缺口,比如,以前一个保安负责一栋大楼,现在负责 3–4 栋楼。

年后的用人荒也是企业未雨绸缪需要考虑的问题。“我们现在很担心过完年有些员工不回来了。”宅急送快运股份有限公司常务副总裁熊星明说。为了预防人员流失可能引发的动荡,宅急送采取了很多措施,比如与不发达地区的劳动部门沟通,打通招聘渠道;鼓励回乡员工带老乡回来,带一个给 100 元奖励,带 3 个以上奖金更高,还报销来回路费。

这种临时抱佛脚的做法能不能起效,就看整个城市用人压力有多大了。国家统计局的数据显示,2009 年度全国农民工总量约有 2.3 亿,外出从业的农民工人数达到近 1.5 亿。他们已经成为中国产业大军的主力:占全国加工制造业总数的 68%,占建筑业的 80%,占第三产业中批发、零售、餐饮业的 52%。

这些流动的人群为驻留的城市做出巨大的贡献。官方统计的数据是,改革开放 30 年农民工对 GDP 的贡献率达 21%。而根据社科院的调查,农民及农民工每年对 GDP 的贡献不小于 60%。

但这些人所得到的回报却是微薄的。一位政协委员曾经计算,进城农民工一年给城市创造的价值大约在 2.5 万元左右,但他一年最多拿走 8000 元,剩余 1.7 万都留给了城市。在国家统计局的数据中,外出农民工月平均收入为 1417 元。其中 800 至 1200 元的占 31.5%。

姚峰说他三年间在北京油漆了几百套房,但昂贵的房价让他从未想过在这个城市拥有一间自己的住房,他现在最大的梦想是赚够钱回家盖栋像样的房子。来自河南滑县北滹沱村,在北京做建筑的老张外出务工 10 余年,老婆孩子一直留在老家。他很想把家人接过来,但家人来后单独租间平房至少要花好几百元,为了省钱,现在像他这样的建筑工都是 10 多人挤在一个房间。

融城的成本不仅是一本经济账,还有无形的精神压力要考虑。在公司做保洁员的阿燕来自四川,刚入行不久。她每次都趁员工少的时候收拾办公室。在一群城市白领面前,阿燕总觉得不自在,似乎横亘着天然的鸿沟。来自湖北的何爱萍,在深圳擦了五六年鞋,从未想过自己是深圳人,在她眼里,一早起来就搬擦鞋箱子的她们与光鲜体面的深圳人差别太大了。不过,她仍有梦想,那就是“留在深圳擦一辈子的鞋”。

守望的乡村

终于,姚峰买到了 1 月 31 日回甘肃的车票,能在除夕之前赶回老家。

他老家有 10 余亩地,由父母和妻子打理,种小麦和玉米。收成好的时候一年可以卖 2 万–3 万,一般的光景下只有 1 万。他来北京三年没回去过,前一阵他给家里寄去 1000 元,自己装上电话,每周打一次电话报平安。

在电话线一端,接电话多数是姚峰的妻子,在他呆在北京的三年间,妻子来过几次,但每次他都催着她赶紧回去。

这样靠一根电缆维系亲情的家庭不是少数,据民政部统计,目前中国有 8700 万农村留守人口,其中 4700 万留守妇女,2000 万留守儿童,2000 万留守老人。

这一庞大的留守群体生存状态很是堪忧。河南滑县城关镇北滹沱村妇联主任耿小红说,几乎每个留守妇女都要承担照顾家中老人、小孩的任务,还要独挑家务农活。逢年过节,只要看到电视或广播中发生撞车翻船事故,这些妇女就异常紧张,总担心自己丈夫会出事。

长期夫妻分居也让很多婚姻“亮红灯”。在一些基层法院,农民工离婚案件数量占受理案件总数的 60%,且呈不断上升趋势。另一项调查更让人心酸,8 成犯罪的新生代农民工在幼年时期都有被留守农村无人看管的经历。

妇孺老人留守的乡村是人烟稀少。公司保洁员阿燕说她四川老家农村剩不下几个人了。她家的房子依山而建,十几间房间里住着 3 户人家。其中一户已经没人住,另一户只留守了一个老人在家。

所以无论多么艰苦,阿燕都要来北京与丈夫团聚,她是今年年初过来的,并做好了两年不回家的准备,“来回一趟每个人车费就近 1000 块,太贵了。”不过,她两个儿子只能留在老家了,大的 7 岁,小的两岁半。阿燕临走前织了 7 双鞋,3 双给老大,4 双给老二。

阿燕把自己在农村的地都送给别人种了,但仍有越来越多的乡村因为人力外流而田园荒芜,按中央党校研究室副主任周天勇的说法,每年由于农民工进城务工而撂荒的耕地,大约在 5%左右,合 9000 万亩。如果按照每亩地产 400 公斤粮食来算,由此而损失的粮食产量在 360 万吨左右。

几个意大利的记者关注到这种废弃的景象,打算选一个典型的村庄,拍一组专题照片——被抛弃的农村。

在长期研究农民工问题的深圳当代社会观察研究所所长刘开明看来,这种被抛弃的农村是中国城市化进程中的独特现象——农民工与城市格格不入,又回不到荒弃乡村。

不管多么痛苦,中国城市化的车轮依然在运转。1978 年刚刚改革开放时,农业就业人口曾占整个就业人口的 7 成,如今已经下降到一半以下。中国城市化的战略目标是,到 2030 年,城市化率达到 65%。

(本报记者降蕴彰、高琨、刘伟勋对此文亦有贡献)

国资委提醒央企赶快甩“包袱” 要求三年内轻装迎战“世界杯”

本报记者 康怡 北京报道

中国一汽集团最终也没有在去年完成“整体上市”的目标，企业诸多“包袱”无疑是其“拖累”因素之一。

央企的大管家国资委也意识到这些“包袱”，也就是企业的历史遗留问题，已经成为央企前行路上的绊脚石。

“有的企业的历史遗留问题集中在企业办社会、厂办大集体、辅业、离退休人员统筹外费用、内退人员费用等方面；有的企业‘包袱’主要是那些长期亏损、扭亏无望、资不抵债等经营困难企业或者长期无回报的低效对外投资以及对按规定应提未提、应摊未摊、应补未补的各类欠账，以及长期未处理的各类资产、收入和费用等等。”国资委相关人士解释说。

由此，国资委近日决定，未来将多方发力，对有政策依据、企业自身有能力解决的，要力争用三年左右的时间帮助央企甩掉“包袱”，轻装上阵。

三年大限

近日，国资委首次为央企拟定了甩掉“包袱”的时间表，按照国资委的部署，将力争用三年的时间帮助央企甩掉“包袱”，轻装上阵，迎战“世界杯”——在央企中打造世界知名品牌一直是国资委所追求的。

在央企的大管家国资委看来，眼下这个时间点对于央企的诸多历史遗留问题已经到了非解决不可的时候了。

在近期召开的央企负责人经营业绩考核会议上，国资委副主任黄淑和表示：“中央企业改革发展虽然取得了长足进步，但还有不少历史遗留问题尚未得到彻底解决。这些历史遗留问题已经成为制约中央企业可持续发展的障碍，目前已到了非解决不可的时候。”

在“十二五”开局之年，国资委为未来五年的央企发展目标设定为：做强做优中央企业，培育具有国际竞争力的世界一流企业。而此时央企的现状，按照国资委副主任邵宁的说法，中央企业是个“混合体”，真正的干净的企业不多，几乎所有的中央企业都背负很大的包袱。

中央企业近些年被这些“包袱”拖累的感触更深，作为历史包袱最重的国内汽车企业中国一汽集团尽管去年一年因为“整体上市”的话题多次被关注，但同时它更大的压力则是来自于诸多历史遗留问题如何处理。据相关人士介绍，中国一汽集团母公司保留的大量社会职能部门，如下属许多幼儿园、学校、医院等，仅仅这些一汽集团每年要负担4到6个亿。

这也意味着要在“世界杯”上一展身手，无疑要求央企能够轻装上阵。

不过，业内人士认为，在此时间点上国资委提出三年力争甩掉“包袱”也是有着诸多有利条件的，其一便是近几年央企骄人的经济效益。最新的数据显示，到2010年底，全部122家中央企业资产总额达到24.3万亿元，净资产9.5万亿元，净利润8489.8亿元（其中，归属母公司所有者净利润5621.5亿元），上交税金1.4万亿元、超过全国税收的六分之一。

黄淑和也提醒中央企业说：“不要再遮着盖着，不抓紧卸掉历史负担和包袱，难以做成‘百年老店’。广大中央企业要抓住当前经济效益比较好的有利时机，下决心抓紧消化掉各类历史遗留问题。”

为此他还要求中央企业处理历史遗留问题，要明确时限，倒排时间表。对有政策依据、企业自身有能力解决的，要力争用三年左右的时间解决掉。

此前也有央企负责人表示，现任领导在解决历史遗留问题上往往不够积极，因为处理这些问题可能影响业绩考核。

> 国资委首次为央企拟定了甩掉“包袱”的时间表，力争用三年的时间帮助央企甩掉“包袱”，轻装上阵，在央企中打造一批世界知名品牌

对此，国资委也首次表示，对此将会出台一些政策予以支持，以保证消化历史遗留问题不要过多担心影响到考核评级。

“创造效益是业绩，扭亏增效是业绩，消化历史遗留问题同样是业绩。”黄淑和特别强调。

此外，12月22日在众人瞩目中挂牌的中国国新控股有限责任公司也将成为央企处理历史遗留问题的另一利器。

国新公司的职能定位之一便是：“接收央企剥离出的非主业资产或拟整体上市企业的非上市部分资产”，这也就是说国新公司成立后，将首先解决的是央企存续资产的“退出”问题，即“以出资人的角色支付成本”，对于丧失持续发展能力的企业或业务板块，国新公司或将在支付改革成本等方面给予支持，保护好职工合法权益，促使这些企业或业务板块的国有资本平稳退出。

上述国资委人士表示，这与以往依靠央企自己消化“包袱”和负担相比，有了这个市场化的操作手段，效率将会更高。

可选路径

“在目前央企的这些包袱中，相对于低效投资以及呆坏账的处理，困难企业的退出处理起来难度最大，除了要面临巨大的资金压力外，还要面临的则是稳定的压力。”上述国资委人士表示。

对于资金方面的压力问题，该人士透露，目前国资委首先是希望企业能够自筹解决，尽可能的通过最大化的变现资产、引进战略投资者来筹措所需要的资金。

据悉，这一模式也正是过去几年央企甩“包袱”的主要模式。例如过去四年，中国黄金集团就累计花费了36亿元来解决该集团的诸多历史遗留问题。

“如果这些拟退出的企业上级集团公司依然存在，并且效益较好，则可以考虑由集团公司自筹解决，如果集团公司无力承担，则可以申请国有资本经营预算资金给予补助。”他说。

值得注意的是，财政部也已经决定从2011年起扩大和提高国有资本经营预算的收缴范围和比例。

“现在看来，因为资金的缺口问题，一些劣势企业的退出即将陷入停顿，而且拖延的时间越长，未来涉及的费用成本将会越高，因此通过国有资本经营预算资金的列支的确是可以考虑的途径之一。”上述国资委人士表示。

专家估算，上述调整有望使央企上缴红利新增380亿–500亿元，今年国有资本经营预算收入有望超过1000亿元。

此外，该人士也希望能进一步完善相关的配套政策措施。“目前劣势企业退出主要有两大块的成本，一个是职工的安置费用，一个是企业的债务。由于企业退出时大部分的资产都进行了抵押，因此可支配的资金非常少。”他说，“我们也希望在这个问题上，国务院也能采取一些特殊的政策措施以帮助企业能快速平稳的化解这些问题。”

反垄断立案数量猛增 商务部称外资进入并未趋严

本报记者 张斌 北京报道

反垄断法2008年实施以来，“经营者集中申报立案”（即反垄断立案）出现增长趋势，商务部预计2010年立案数量将超过110件。

一位商务部官员表示，这并不是确切的数字，只是个概数，同比增长的幅度大概是20%–30%左右。

有分析人士认为，此类案件的增长表现了中国吸收外资日渐成熟，商务部对外资进入反垄断审查日趋严格，国内产业安全得到更多关注。

但上述商务部官员不同意这种解读方式，他说：“去年全球外资并购的增长速度是20%左右，整个基数的增大必然会导致反垄断立案数量的上升。所以并不能完全的做出以上判断。”

反垄断立案首破百

2008年8月1日起实施的《反垄断法》已成为中国反垄断执法机构审查大型并购案的法律依据，反垄断部门可依法否决交易，或在交易中附加限制条件。

2009年商务部经营者集中反垄断审查立案87件，2010年则预计超过110件。

今年1月初，商务部的网站上挂出这样一组数字：2010年，商务部共进行经营者集中立案前商谈100余次，接受经营者集中申报案件130多起，立案110多起，与往年相比，数量有大幅增长。上述案件中，在已办结的案件中，附条件批准1件，申报方申请撤回2件，其他案件均无条件批准。

> 商务部部长陈德铭曾表示，要将外资准入管理与经营者集中反垄断审查、外资并购安全审查有机结合起来，依法保护国内产业安全

不过在已立案的110多起案件中，有多少案件已办结、涉及外资并购的案件又有多少等问题商务部并未公布。

去年12月18日，商务部反垄断局局长尚明也曾在“新经济条件下的中国反垄断法实施国际学术研讨会”上做出相同的介绍，在所有的申报案件中，制造业占比70%，横向并购案件占到60%以上，跨国并购也占有较大比例。

但值得注意的是，仍有一部分应该申报的案件没有申报，这个数字还会逐渐扩大。尚明分析，原因可能是反垄断法颁布时间比较短，大家对于什么是“经营者集中”、营业额是什么概念等问题缺乏必要判断。

根据法律规定，“经营者集中”申报标准主要有两条：集中是否增强了企业对市场的控制力；营业额是否达到标准。

尚明表示，计算营业额并不是仅仅从并购双方本身来看，而是延伸到并购双方的控制人。另外，对于规模本来就很小、行业也很小的企业，《国务院关于经营者集中申报标准的规定》中明确，未达申报标准的也要进行申报。具体到什么类型需要申报，商务部明年将制定相应的规定。

外资进入趋严？

随着立案案件的上升，再加上在2010年12月22日召开的全国商务工作会议上，商务部部长陈德铭曾经表示，要将外资准入管理与经营者集中反垄断审查、外资并购安全审查有机结合起来，依法保护国内产业安全。

专家说，这也是商务部首次把“依法保护国内产业安全”写入年度工作报告中的利用外资部分中。

因此有分析人士认为，此类案件的增长表现了中国吸收外资日渐成熟，商务部对外资进入反垄断审查日趋严格，国内产业安全得到更多关注。

暨南大学经济学院国际贸易系主任刘德学接受采访时也表示，以前中国政府在经营者集中案件方面做得不多，审查不严格。自可口可乐并购汇源案件后，商务部才开始重视这类事件。现在出现越来越多的行业可能被外资垄断的嫌疑，所以审查将更严格。

但是，商务部人士并不认同此观点。

上述商务部官员说：“虽然立案数量在增长，但是附加限制性条件或者禁止案件几乎是没有增长。到目前为止只有一个禁止类案件，就是汇源并购案件。可以说，中国反垄断审查通过率相当高。在反垄断实施以来的6个附加限制性条件案件中，商务部通过事后追踪看，执行情况也是运转良好。”

而商务部反垄断局局长尚明此前也曾公开表示“截止到目前商务部反垄断局累计审查的并购案件已有100多起，其中只有1起禁止并购，另有6起案件中，3起案件要求结构剥离，3起案件要求行为剥离。”其中一起被禁止的并购案例就是人们所熟知的可口可乐并购汇源一案。

上述商务部官员还分析：“立案案件的增长与全球外资并购案件的上升相关。”

据清科研究中心对中国并购市场的最新研究显示：2010年完成的外资并购中国企业交易44起，披露的并购金额为22.19亿美元，与去年外资并购33起相比，同比增长33.3%。



房地产市场的调控政策已经非常完善、无比严厉，但成败已完全系于地方政府 CFP/供图

楼市调控破釜沉舟 地方政府接获死命令

本报记者 宋尧 北京报道

1月26日，国务院常务会议在总理温家宝的主持下召开，而会议所作出的关于进一步做好房地产市场调控工作部署在当天下午晚些时候公布，会议确定采取8项措施进一步做好房地产市场调控。

这是继2010年4月份“新国十条”，9月底的“国五条”之后楼市调控的持续。尽管“新国八条”依旧延续此前“增加供给，调整需求”的思路，但严厉程度则大幅提升。不仅第一次将地方政府控制房价的责任列为会议八项决议的首位，而且在税费政策，限购政策及土地供给方面都有极为严厉的新要求。

1月28日，上海、重庆开始试点征收房产税。

有评论将此轮调控的严厉程度比成在屡调屡涨下的破釜沉舟，但作用效果如何，争论各方各执己见。

严厉程度超预期

对于此次“新国八条”的出台，不少业内人士都认为其严厉程度远超过预期。投资机构莫尼塔发表快评认为，中央政府对楼市调控的目标已经从“抑制房价过快上涨”转移至“使得房价回到合理水平上”。

最为显眼的则是列在八项调控政策之首的“进一步落实地方政府责任”。各级地方政府被下达死命令，要求地方政府确定一个年度住房价格控制目标，并于第一季度向社会公布。尽管此前的“国五条”、“新国十条”均有相关内容，但均位列文件最后一项。

有评论文章认为，房地产市场的调控政策已经非常完善、无比严厉，但关键还是在于执行和落实。而地方政府则是绕不过去的角色。此次调控提出的更加明确更具体的要求，使得楼市调控的成败已完全系于地方政府。

新的政策也将加大对地方政府的压力，围绕住房保障和稳定房价两项工作的约谈问责机制将要落实，而问责的范围还将扩大至于执行差别化住房信贷、税收政策不到位，房地产相关税收征管不力，以及个人住房信息系统建设滞后等问题。

此外，全面限购的政策也远比之前市场流传的要严厉许多，限购范围则明确为“各直辖市、计划单列市、省会城市和房价过高、上涨过快的城市”，并且对上述城市直接给出户籍居民三套房，非户籍居民二套以上房直接禁售的严厉政策。

引起金融机构热议的还有关于营业税征收的条款。新的政策规定，对个人转让购买住房不足5年营业税统一按销售收入全额征税，而此前，该项税款都是按差额征收。多家投资机构认为，这项政策将对市场产生极大影响。

屡调屡涨下的破釜沉舟

在接受新华社采访时，住房与城乡建设部副部长齐骥表示，此轮调控的出台与2010年第四季度以来，一些地方高价地再度出现，部分未实施限购的区域中心城市住房成交出现量价齐升的势头相关。

根据国家统计局的数据，全国70个大中城市中，2010年12月仍有10个城市新建住房价格同比涨幅超过10%；2010年10到12月，有10个城市环比月平均涨幅超过1%。而这些房价涨幅较快的城市多属于未采取限购政策的城市。

整个12月份，全国一共完成商品房销售面积21807.84万平方米，这相当于正常月份的数倍，对于一向是房地产销售淡季的12月份来说，这几乎等于一个奇迹。这也使得2010年全国房地产市场销售面积冲到了10亿平方米之上，销售金额则突破了5万亿元。对于这一出人意料的结果，华远集团总裁任志强将其称之为《疯狂的十二月》。

这几乎令2010年9月29日出台的“国五条”调控成果前功尽弃，再次陷入屡调屡涨的怪圈。而从2010年12月中旬开始，零星的调控政策便时有出台。国土资源部在12月19日下文要求各地对溢价出让超过50%的土地作出说明，而住建部则连续出台针对房地产中介行业的整顿文件，并在1月初启动了限购名单的扩容。

而“第三轮调控序幕已拉开”的字样也始见于1月17日国土资源部下属中国土地勘测规划院发布的地价监测报告。而有评论人士则认为，中央有可能对房地产进行破釜沉舟式的调控，甚至采用极端的方式来冻结市场交易。

但对于此轮调控的效果，争论各方尚未取得统一意见。

中国房地产学会副会长陈国强发表评论称，国务院新“国八条”在敏感时点出台，一为今年调控确定政策基调；二为再度抬头的市场狂热迹象降温；三是治楼市的同时亦治通胀。各项政策中，“限购令”向全国推广这一条影响最大，最具市场杀伤力。

但中欧国际工商学院教授许小年却认为，在利率和土地供应仍不调整的情况下，就算是既有的“国十条”加上新推出的“新国八条”，房地产调控使用了十八般兵器，也很难达到调控房价的效果。在通胀预期不变，未来供应紧缺的预期不变的时候，房地产市场难有根本性转变。

关注“ 中央一号文件”

一号文件锁定水利改革 将从土地出让金中提取 10%

本报记者 降蕴彰 北京报道

即将颁布的 2011 年中央一号文件虽未正式公开，但部分内容已经引发广泛争议。

本报获得的最新信息是:“十二五”期间,全国水利建设总投资规模将会超过 2 万亿元，对于很多人担忧的粮食主产区与非粮食产区的利益矛盾、小型农田水利设施投入不足、水资源管理等问题,一些主要部门或已经完成、或正在制定相关配套文件。

按照水利部人士的说法，国家发改委、财政部、水利部等多部门已经下发的《关于进一步加强小型农田水利重点县建设管理工作》、《水利建设基金筹集和使用管理办法》,这些皆属于今年中央一号文件的配套范畴。

> 愈是土地出让收入偏高的非粮食主产区,10%的土地出让金无处可用，而土地出让收入偏低的粮食主产区，即便悉数拿出这 10%也无济于事

除此之外,由水利部起草的《关于实行最严格水资源管理制度的意见》很快将要正式公布,其中包含财政、投资、金融、税收、土地、价格、政绩考核等一系列支持水利建设的新政策。

而对于目前争议最大的地方政府“从土地出让金中提取 10%用于农田水利建设”这一硬指标,一位水利部人士回复很谨慎——“只要没有对外颁布,太多的争议都意义不大”。但他同时也表示,对一些农田水利设施薄弱的农业大县和产粮大县,相关部门会出台比较具体的支持政策,比如“给予农民的种粮补贴、农机补贴等会再多一些”。

锁定农田水利

根据目前公开信息，今年中央一号文件的准确名称是《关于加快水利改革发展的决定》。

文件中目前最引人热议的是:“十二五”期间,全国水利建设总投资规模约 2 万亿元，其中来自中央的拨款达到 1 万亿元左右。核算下来,中央和地方每年平均对水利项目的总投资 4000 亿元,中央财政每年单独对水利项目的投资是 2000 亿元。

虽然也有业内人士表示,国家对水利的投入还很低,但比较“十一五”期间全国水利总投资只有 7000 亿元，其中中央投资只有 3000 亿元，“十二五”水利投资应该算是较大的手笔。

但包括官员、专家在内的人士仍担忧，一些关键部门会考虑维护部门利益,多出政绩,过分热衷于搞大江大河的治理工程，而对中小型农田水利特别是小型农田水利设施采取继续减少投资，由此造成新的水利改革政策难以落到实处。

中国人民大学农业与农村发展学院副院长郑风田数次主持农田水利的调研项目,根据他多年来深入基层调查的结果,中央政府的财政支农资金主要用于大江大河的治理,而地方政府则片面追求“市场化”,更多的投入到那些具有较高收益的城市水利建设项目,对于小型农田水利设施的建设、管理、维护工作则采取的是“甩包袱”的做法,每年真正分给小型农田水利建设和水土保持工作的费用微乎其微。

我国现有的农田水利设施大部分都是兴建于上世纪 50–70 年代,历史欠账太多太沉重，根据第二次全国农业普查得出的数据,我国有 70%以上的村庄没有任何农田水利建设投资，而能够获得国家投资的村庄仅占



中国有 70%以上的村庄没有任何农田水利建设投资,而能够获得国家投资的村庄仅占 9.56% CFP/ 供图

9.56%，这些问题过去几年都被中国粮食“七连增”的表象所掩盖。

冯广志是水利系统的一位老专家,退休之前,他担任水利部农村水利司司长。他表示,这几年中央大幅增加水利投资，但真正用于农田水利上的数字很少,2010 年也只有 100 个亿。

本报获得更确切的数字是：国家从 2006 年开始对小型农田水利设施投了 3 个多亿，到 2009 年是 45 个亿,去年是 48 个亿。计划投入本来就很少,但每年还有部分资金被挤占。

事实上，相关管理部门已经意识到小型农田水利设施薄弱,2009 年,财政部就确定了第一批 400 个重点县建设，各级财政共安排重点县建设专项资金 64.1 亿元,具体到每个重点县平均投入是 2035 万元。到去年底,财政部给出的名额已经上升为 850 个小型农田水利重点县，但投入还是比较低。前不久《关于进一步加强小型农田水利重点县建设管理工作》下发之后,财政部正在确定第三批小型农田水利重点县名单，财政支持力度也将进一步增大。

在新的文件中，也进一步明确了投入主体——“重点县建设以中央和省级财政投入为主”。

卖地治水

从多方面的信息来看,“土地出让金中提取 10%用于农田水利建设”这一硬指标极有可能出现在中央一号文件中,这也是目前争议最大的问题。

目前业内人士争议的主要集中点在于：各地土地出让收入肥瘦高度不均衡。在中西部地区传统的种粮区、农业大县,基本没有多少土地出让金,而在很多南方沿海省市和上海、北京、天津等大城市中，来自土地的出让收入却很高。

如果按照“从土地出让金中提取 10%用于农田水利建设”实施,可能带来的结果是：愈是土地出让收入偏高的非粮食主产区,10%的土地出让金无处可用，而土地出让收入偏低的粮食主产区,即便悉数拿出这 10%也无济于事。由此带来的更深层次的矛盾还有：这种做法不仅难以实现用土地出让金支持农田水利建设的目的,更使得粮食主产区与非粮食产区的利益矛盾更加凸显。

2010 年上海土地出让收入高达 1366.49 亿元,在国内排名首位,但由于上海农地较少,当年投资农田水利只有 1 亿元。像北京、天津这些土地出让收入很高的经济发达地区也属于此类。

与此相反，在一些最需要投资农田水利建设的产粮大省和农业大省,比如河南、江西、安徽等下属的市县,由于中国长期实行低粮价政策，这些地方粮食主产区都属于经济穷省,土地出让收入都很低。

如河南省是中国第一产粮大省,每年都会调往全国各地 300 多亿斤的原粮及加工制品。河南省每年粮食产量超过 10 亿斤的有 52 个县,而 52 个县的人均财政支出占不到河南全省 108 个县中的一半，是全国人均财政支出的三分之一。

再比如，滑县作为河南第一产粮大县，该县每年的粮食都源源不断地被输送到粮食非主产区，可滑县每年的人均财政收入都是河南省倒数几名，县政府每一年都是财政拮据。

有水利部人士分析，根据国土部发布的数据,2010 年全国土地出让金是 2.7 万亿元，如果延续这个数字推算，今年用于农田水利建设的投入将大约是 2700 亿元。但前述知情人士表示,从今年开始,从上至下,中央对农地流转的政策会明显在收紧，今年用于农田水利建设的投入将会大大降低,具体数字很难预测。

不过,对于目前外界对“从土地出让金中提取 10%用于农田水利建设”这一硬指标的争议，他虽然不愿多做评论,但同时也表示,国家将对一些农田水利设施薄弱的农业大县、产粮大县将会出台较为具体的支持政策,比如“给予农民的种粮补贴、农机补贴等会再多一些”。

政府和市场“双失灵” 农田水利现 3 万亿缺口

本报记者 降蕴彰 北京报道

“以目前的农村水利设施情况,早则三五年,迟则七八年,可能会出现崩溃的局面。”中央农村工作领导小组副组长、办公室主任陈锡文曾这样预言。

陈锡文发出这样的感慨是在 2006 年,也就是“十一五”开局之年。

时隔五年之后,在“十二五”开局之年,中央一号文件将“加快水利改革发展”锁定为核心内容。

从水利部和农业部高层最近所透露的信息来看,“十二五”期间,全国水利建设总投资规模约 2 万亿元，来自中央的拨款就达到 1 万亿元左右。从中也可以基本确定，今年中国对水利项目的总投资在 4000 亿元左右。与“十一五”期间,7000 亿元的总投资相比较,可以看出,中央对“水利改革”的决心和信心很大。

不过，中国农田水利设施现状仍令很多专家甚至官员极度担忧。

中国人民大学农业与农村发展学院副院长郑风田数次主持农田水利的调研项目，调查结果显示，中国有 70%以上的村庄没有任何农田水利建设投资，而能够获得国家投资的村庄仅占 9.56%。他给出中国当前的农田水利欠账是 3 万亿的缺口。

财政部农业司司长赵鸣骥表示，目前全国 18 亿多亩耕地中，其中有 55%的耕地完全靠天吃饭，大型灌区骨干建筑物的损坏率接近 40%,中小型灌区干支渠完好率只有 50%左右,而中国农业灌溉用水的利用系数平均也只有 0.45 左右,是世界先进水平的一半,多方面薄弱的结果是,每年水旱灾害造成中国粮食损失大约 1000 亿斤。

冯广志是水利系统的一位老专家,退休之前,他担任水利部农村水利司司长。他表示,这几年中央大幅增加水利投入，但真正用于农田水利上的数字很少，去年只有 100 个亿。他认为,按照现在的投资速度,几十年才能还完对农田水利的历史欠账。但几十年后,新的欠账又出来了。

国家对农田水利的投入本来就很少,但本报获悉,很多年以来,每年都有部分农田水利资金被贪污、被挪用、被挤占的现象，手段和数目却都十分惊人。

30 年的“双失灵”

尽管中国粮食产量连续 8 年增产,但陈锡文曾在多种场合表示,中国农业的基础设施是非常脆弱的。陈本人是中央一号文件的主要执笔人之一,可以说,今年中央一号文件以“水利改革发展”为主题,与他对农村水利设施的了解和担忧有很大关系。

很多业内人士都了解,改革开放以来,从中央到地方,政府对农田水利设施的投入严重不足。由于严重超期运行,中国现在很多农村的水利设施陈旧落后、老化失修现象非常严重,大部分都是兴建于上世纪 50 到 70 年代,而水利工程的寿命也就是二三十年。

相当一部分水库已达到或超出规定使用年限,淤积、塌方、渗漏,灌不进、排不出的问题非常严重,基本都是带病运行,安全性和技术性都很差。水利部门有详细的统计，截至 2009 年，全国共有病险水库 3.7 万座，病险率高达 43.7%,几乎都是中小水库。

早在 30 年前，中国农村地区就已经建立起了相对完善的农田水利设施体系，并藉此为家庭联产承包责任制实现之后的农业大增产打下了坚实基础,

然而目前，国家财政大力向“三农”倾斜,党中央“一号文件”也屡次强调农业基础设施建设，农民收入和资金投入能力较过去有大幅度提升,但中国农田水利设施的巨大优势却严重消失,究竟是缘于“缺钱”,还是“少人”,或者是另有其他原因?

带着这样的疑问，中国人民大学农业与农村发展学院副院长郑风田早在六七年前，就带领调研项目课题组的几十名成员，深入全国十几个省市进行了大量的调查,近两年,他又特别选择对遭遇水旱等严重灾害的重庆五区县、湖北荆门、山东肥城等小城市,以及河南、西南五省、江苏等多个农业大省做了实地调查研究。

他调查获得的结论是，总的来说,改革开放 30 年来,中国农田水利建设投入逐步进入市场和政府“双失灵”的局面,他所说的“双失灵”,具体来说,一方面,中央政府的财政支农资金主要用于大江大河的治理,地方政府则片面追求“市场化”,更多投入那些具有较高收益的城市水利建设项目，对于小型农田水利设施的建设、管理、维护工作则有“甩包袱”倾向;另一方面,农民个体也因为农业生产的比较收益过低、农田水利设施的外部性较大、农村组织化基本解散等问题而缺乏投入农田水利建设的动力,最后导致逐步出现乡村农田水利残损破败的局面。

30 多年的历史欠账，郑风田给出中国当前的农田水利欠账是最少 3 万亿的缺口。也许十多年甚至几十年能够还清这笔账,但正如冯广志所说,也许等我们刚还完,新的欠账就又出来了。

“多龙不治水”

或许是因为站在不同的立场,来自水利、财政等主管部门的官员们则更着重强调国家投资水利的力度太小太弱。“欠账不还,老想凑合着维持下去,结果就是问题越来越严重。”一位水利部的老官员告诉本报。

据这位官员称,从上世纪 80 年代起,水利部就每年给当时的国家计委、经委写报告，明确表示农田水利设施工程老化失修,不能使用,不解决的话粮食领域将来要出问题。“但接受报告方却是,发现粮食紧张了,才赶快抓农业,抓基础设施;粮食产量一上去,就又忘到脑后了。”

> 中央政府的财政支农资金主要用于大江大河的治理，地方政府则片面追求“市场化”,更多投入那些具有较高收益的城市水利建设项目

事实上,1978 年受惠于农村家庭承包责任制，中国粮食供需紧张的局势得到缓解。因此从上世纪 80 年代开始，中央层面财政安排对农业基础设施的投入就很少了。“整个 80 年代水利可以说几乎没什么投入，更何况是对于农田水利。”该官员说。

进入 90 年代以后,中央才又开始重视农田水利建设，但是投入还是有限,地方政府更是如此。上述水利部官员表示,从事权划分上来说,农田基础设施主要是地方的事情。很多地方新修农田水利工程,中央要求地方以 1:1 或者 1:0.5 进行资金配套,但很多地方政府根本不搭理。

因为基本水利设施建设一般都在山沟里、荒郊野外,不显眼,地方政府更感兴趣的是能增加 GDP,对那些能体现政绩的工程感兴趣，多方面的原因造成了目前中国农田水利设施的历史欠账太多。

在公开的场合,财政部农业司司长赵鸣骥也发表过同样的看法，他表示，一些地方没有真正把加强农田水利建设摆上政府工作的议事日程,工作中存在着较为普遍的“等、靠”现象——“等”中央的政策、“靠”上级的投入。

但他同时也指出，农村税费改革之后，农民原来用于小型农田水利建设的工日每年大约减少 45 亿个,相当于每年减少 900 亿元的投入，原本主要依靠农民筹资投劳开展的农田水利建设活动受到较大影响。

对于两位官员所说的部分中央与地方官员推诿现象,郑风田表示,水利资金使用状况出现问题，主要是管理太过分散、条线不集中和多头管理。“中央每年下发的水利资金需要有十几个部门参与，甚至同样的项目在各个部门都有。”结果反而造成了几乎所有的部门都不作为。

郑风田认为解决的办法只有,先做好分工，尽量避免交叉管理或真空想象的出现；对于一些重大项目的管理、投资,要有严格的追责制度。

资金运作有黑幕

尽管中央和地方对水利设施的投资并不多,但本报获得的资料显示,这一领域仍然出现很多资金被贪污、被挪用、被挤占的现象,手段和数目都十分惊人。

2004 年,国家审计署对水利部及长江水利委员会等 7 个流域机构和湖南、湖北等 15 个省(区、市)2002 年至 2003 年水利建设资金管理、使用情况进行了审计,同时还抽查了 15 个国债投入较多的水利项目。这次审计查出滞留水利资金 35 亿多元,其他违规金额近 14 亿元。

2007 年，审计署对水利部 2006 年度预算执行和其他财政收支进行了审计,并抽审了 10 个所属单位。结果发现，基本建设类项目支出预算 2.3 亿元未细化到具体单位或项目、部分项目未严格履行基本建设程序安排建设资金 4815 万元、向非预算单位拨付财政资金 806 万元、部分单位扩大项目开支范围支出 307.93 万元、水利部水库移民开发局虚列项目支出 149.52 万元,导致账实不符。

2008 年 2 月,国家审计署对水利部 2007 年度预算执行和其他财政收支情况进行了审计,并抽审了 21 个所属单位,其中包括 9 个京外单位。结果也显示，部分单位采取报销假发票等方式虚列支出、套取现金 476.81 万元；有的单位私设“账外账”48.22 万元,并将公款 357.97 万元私存个人账户。有的采取以委托合同的方式,将 2205 万元项目资金转入所属单位,有的部分单位转移财政资金 1159.70 万元，中国水利水电科学研究院挪用财政专项资金 600 万元。

水利部内部人士还告诉记者,在上世纪 90 年代后期,水利部曾出现更为严重的挤占挪用水利专项资金、隐瞒专项南水北调资金等现象。

1996 年 1 月,水利部要求丹江口水利枢纽管理局将南水北调中线项目前期经费 1.35 亿元中的 6500 万元交回。水利部收到这笔款项后,由机关服务局另立账户,作为“小金库”,存入中国华能财务公司等单位吃利息。

1994~1998 年，水利部及下属单位共挪用水利专项资金 1.16 亿元。如水利部 1998 年挪用大江大河堤防工程资金 1400 万元，给黄河水利委员会等单位建宿舍。水利部下属中国水利投资公司挪用水利基建款和百条挖泥船项目专项资金 5274 万元，用于投资和购置办公楼及宿舍甚至炒股票等。

铁矿石谈判纠结海运费 矿价料前高后低

本报记者 张向东 北京报道

历经8年的铁矿石谈判终于在三大矿山公司强推指数定价的作局中尘埃落定。

本报从刚刚返自澳大利亚的中国铁矿石谈判小组处获悉，改变定价机制已不被列入2011年实际谈判的主题，对海运费和价格指数信息的操控权则成为新一轮争夺的焦点。

该小组成员称，从谈判的内容上来看，基于指数的季度定价模式已经被双方认可，中钢协也不再一味强调要对其作出改变。但按照目前铁矿石采用的离岸定价方式，在每吨6美元至100美元区间波动的海运费并不计入合同价格之内，这一点让中国钢厂很难承受。

> 现在的铁矿石谈判，已经不仅仅是看供需关系了，主要是三大矿山公司的垄断，背后对价格操控、对海运费的操控，这些都是谈判控制不了的

据了解，三大矿山公司基本垄断了世界海运市场的70%左右。往年的教训是，海运费通常会在铁矿石谈判时，出现大幅下跌的情况，而一旦价格签订，海运费就会大幅上涨，钢厂的成本也随着大幅增加。

不仅如此，三大矿山公司还开始影响国内铁矿石价格信息的采集和指数的编制。

中钢协相关负责人对本报预计，鉴于铁矿石谈判期间，各种炒作因素会推高价格，2011年铁矿石价格将呈现前高后低的态势，后低是因为全球铁矿石供大于求的局面正在加剧。

谈判转向

一周前，中钢协带领中国的铁矿石谈判小组赴澳大利亚与矿山进行接触谈判，成员包括宝钢、武钢等国内主要钢铁企业的铁矿石业务代表。

仅从数据上看，对于中国的铁矿石谈判小组来说，目前的局面是有利的。根据中钢协的统计，2010年中国粗钢产量达到6.2665亿吨，同比增长9.3%；生铁同比增长7.4%。但全年进口铁矿石却下降了1000万吨。中国铁钢比进一步下降，从96%下降至94%，中钢协分析称，这两点意味着中国可以少用铁矿石1500万吨。

与此谈判进行的同时，中国港口压港铁矿石存量达到8000多万吨，保持近几个月以来的高压港态势。在中钢协看来，8000多万吨铁矿石足够中国钢厂吃上两个月。而海运费价格也降至最低点，澳大利亚降至6美元左右，巴西则降至18美元左右。

尽管形势如此有利，但实际谈判中的情况则是，三大矿山公司的垄断地位仍旧难以撼动。

上述铁矿石谈判成员称，现在的铁矿石谈判，已经不仅仅是看供需关系了，主要是三大矿山公司的垄断，背后对价格操控、对海运费的操控，这些都是谈判控制不了的。

事实上，中国铁矿石谈判小组在澳洲与矿山公司的接触中，基于指数的季度定价模式、矿石价格本身等问题基本没有提及。

中钢协相关人士说，之所以谈到海运费，是因为目前的定价采用的都是离岸价，海运费并不计入合同价格之内。但往年的教训是，海运费通常会在铁矿石谈判时，出现大幅下跌的情况，而一旦价格签订，海运费就会大幅上涨，钢厂的成本也随着大幅增加。

以力拓一季度定价135美元为例，目前澳大利亚至中国的海运费是6美元左右，到岸价是141美元，但一旦海运费涨到50美元以上，中国钢厂的到岸价将达到185美元，与最初的合同相比，中国钢厂将多承担44美元的成本。

目前，三大矿山公司基本垄断了世界海运市场的70%左右，中钢协的上述人士认为，海运费的波动背后，是矿山公司背后操控的结果。在澳洲的谈判中，中钢协提出，希望海运费能够保持稳定，减少波动。

但采用到岸价的定价方式，也被中钢协否定。因为，大部分中国大型钢厂最近几年已经和海外船运公司，签订了十年甚至更长时间的运输合同，很难更改。此外，以到岸价谈判，涉及到船运公司，这将使原本就超出中方控制的铁矿石谈判的局面，变得更加复杂。

体系更改

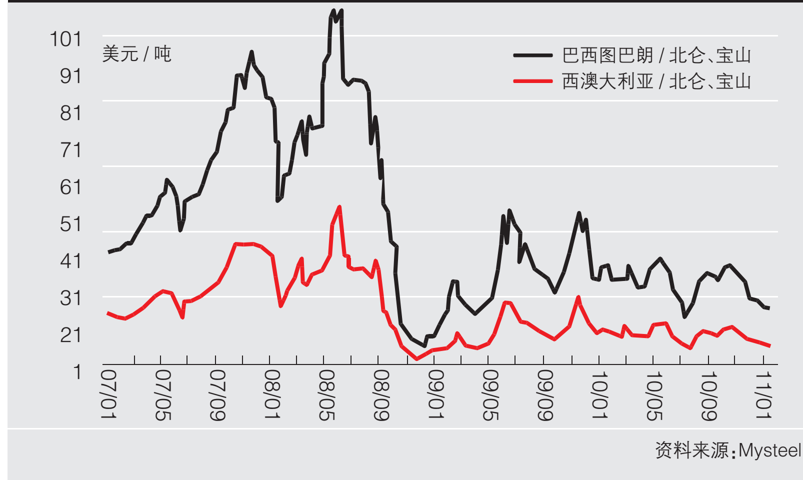
中国进行铁矿石谈判至今，已有8年历程。

2004年至2008年，中国与三大矿山之间的前几轮铁矿石谈判，主要体现在定价权之争，也是长协价机制确立的时代。中钢协认为中国作为世界第一大铁矿石消费国，应该得到合理的定价权利。

期间，中国钢厂的谈判代表宝钢有被迫跟进的教训，也有拿下首发价的经历。尽管业内对最终达成的年度价格一直争议不断，但这几年的长协时代，却成为了如今中国钢厂的集体追忆。

2009年至2010年，由于经济危机的出现，中国部分钢厂和三大矿山公司先后违约甚至毁约。三大矿石公司趁此机会，由必和必拓出面首先打破了此前的年度长协价格机制，改推更灵活的定价机制。

好望角型船运价格走势



资料来源：Mysteel

这期间，曾出现了季度、月度甚至全现货的各种合同，中钢协则一度希望通过努力将谈判重新拉回到年度长协体制上来。但最终，基于指数的季度定价机制被大部分钢厂无奈接受。

2011年，基于指数的季度定价被中钢协认可，中钢协所代表的中国钢铁企业与三大矿山公司的争议，集中在对这一定价体系的一些修改上。中钢协相关负责人对本报坦言，由于三大矿山公司的垄断力量，短期内，基于指数的季度定价体系很难改变。

钢铁机构"我的钢铁网"将2010年定义为，铁矿石定价体系的转折年。目前现货定价、月度定价和季度定价方式均存在，但定价基本上以进口现货矿指数为参考依据。该机构预测，2011年指数定价的矿石进口量估计达到总进口量的70%以上。

但就在中钢协已经表示愿意接受季度定价时，三大矿山公司对定价体系的更改再次出现。尽管2011年铁矿石仍在进行中，但必和必拓已经表示，将和钢厂签订月度协议。事实上，在2010年一些中国钢厂已经接受了必和必拓的月度定价模式，并签订了协议。

对此，中钢协相关人士称，从对钢厂的调研看，季度定价已经是钢厂所能接受的最短周期，再短，将对钢厂的生产经营造成很大影响。不过，在三大矿山巨头与中国钢厂之间发生的事情，就像是针对上述言论的又一次沉重的回击：必和必拓自今年开始在中国强力推进的月度定价，已经被一些钢厂接受。

"这些钢厂主要是一些贸易型和带有金融属性的企业，接受月度定价，不是为了生产，更多的是为了炒作。"上述人士称。

目前，三大矿山公司中，力拓和淡水河谷2011年继续执行季度定价模式，其中力拓一季度报价为135美元，而必和必拓的1月报价为155美元。

价格趋势

目前中国一些机构已经开始采集铁矿石指数信息，以应对未来三大矿山公司指数定价的趋势。对此，中钢协并不认同。

中钢协相关负责人在接受本报采访时称，"中国目前一些机构采集的数据，能够得到三大矿山公司认可的，都是被他们操控的。很明显，如果一些机构制定的指数对三大矿不利，是很难得到他们的认可的。"

对于定价基础的指数采集方面，中钢协也一直认为三大矿山公司存在不够透明和公平的现象。中钢协认为应该以中钢协提供大中型钢厂和主要港口的数据作为指数依据，而这个基础是要把钢厂的钢材价格与铁矿石价格指数相挂钩。

"2011年世界铁矿石和钢材市场供需关系基本是平衡的。在当前世界经济疲软的环境下，今后两年的铁矿石价格将呈现回落趋势。"联合金属网首席分析师马忠普告诉本报，尽管巴西和澳大利亚明年一季度铁矿石协议价格要上涨4%-7%，但是在世界经济疲软中期待2011年铁矿石价格继续上涨是不现实的。

中钢协相关负责人则预计，2011年，铁矿石价格将呈现前高后低的态势，前高是因为铁矿石谈判期间，各种炒作因素会推高价格；后低是因为全球铁矿石供大于求的局面将会加剧。

无论铁矿石价格最终走向如何，种种迹象都表明，三大矿山公司正在寻找新的定价模式，而指数定价并不会是终点。

面对矿山公司直指现货乃至期货的定价轨迹，中钢协和以宝钢为首的大钢厂会如何应对，尚未可知。可以确定的是，每一次定价体系的更改，都将会在一定程度上改变中国钢铁企业的经营轨道，而三大矿山公司的强势地位则很难得到改变。

中钢协人士抱怨称，在此次双方澳洲谈判中，矿山公司对于矿石品位每高出一点，对价格的要求就会过高，有的甚至高得离谱，所以这几年我们宁愿要一些低品位的矿石。



年礼

上接01版

小任在一家网络公司工作。年前他参加了几场客户答谢会，抽奖得过汉王电纸书、华旗的彩屏MP5"月光宝盒"，不过他最心仪的还是朋友送给他的iPad。那个缺了一口的苹果标志，让小任拿在手里时感觉很"给力"。他经常上微博，早就留意到微博里很多名人留言末尾都有"来自i-Phone客户端"字样。

礼品的变迁

尽管在北京呆了八九年，刘俊每年春节回老家之前，还是习惯去超市逛逛，带些北京的特产回去。不过，她已经打算今年回老家时给还在上大学的侄子买个iPad做礼物。

长期关注这个领域的、中国礼品门户网"礼多多"的总编辑张小鹏已经留意多年来新年礼物的变迁。以前国企事业单位送食品注重实惠和数量，现在则注重品牌和健康了，比如阿拉斯加牛肉、澳大利亚海鲜等。

彭善超经营的怡莲企业集团是中国礼赠行业里的领头企业，彭是公司创始人和老板。浸淫礼赠业十余年，彭善超摸索出，送礼不仅仅是礼物这个载体，还包括礼赠的方式，"在合适的时间，合适的地点，以合适的方式，送合适的东西"。

他举了个例子，目前银行为VIP客户采购礼品就很有讲究，一般不要送卡类礼品，也不要送日常用品。这些客户多数都是中产阶层，不差钱。他的经验是，挑选客户轻易买不到的世界知名品牌礼品，最好能解决单一的礼品"众口难调"问题。

第五大道奢侈品网CEO孙亚菲对此感受更深，三周之前，孙亚菲受太原一家银行的委托，为其VIP客户举办特卖会。在北京，孙亚菲能明显感觉到，有醒目LOGO的产品已经不再受欢迎，Chanel和LV都卖得不是很好，反而有"意大利爱马仕"之称的Bottega Veneta（宝缇嘉 BV）的订单非常火，因为它的LOGO几乎将里衬翻出来才能看见。

一些经营者也在尝试利用互联网来做礼赠平台。去年3月初，怡莲礼业要为一个大客户近1300名女员工准备三八节礼物，原来的惯例是采购一些女士用品。后来，怡莲给客户旗下的女员工每人准备了一张礼品卡，刮开卡里面有20款不同类型的礼品可供选择。

负重的礼品

做营销咨询十多年的李先生，在年前给自己和公司拟定了一份送礼的名单，共分四类：恩师或者给自己业务指导的人，与公司业务有关的政府行业领导，重要的客户和合作伙伴，其他一些必须打点的朋友。

多数人送礼是为了表达感情。一位地方金融公司的高管说，平时得了领导照顾，过年表示一下感情都很正常。他往年的经验是，过年前只要是上班时候，几乎在金融街和三里河的高档酒店都订不上房间，周边上档次餐厅的包厢几乎是场场爆满。"能约出来的都算是有交情的，一些有头有脸的重要人物，每晚都要参加好几个饭局，每局聊上几句就算是很给面子了。"他有些感慨。

送礼很重要，给领导选礼物时更是煞费苦心。一位地方发改委人士总结自己的经验，一般领导都不愿意在家里被打扰，所以礼品通常会送到单位去。送单位的话，送什么很有讲究，比如送当地的土特产，显得亲切但稍微有点土气；送张卡也是最好的选择，简单、轻便，还能够开发票。

一些人为了年关答谢客户，小徐在京外一家啤酒企业的市场部工作，近两年春节之前，她都会和部门同事驱车拉着礼物来北京答谢客户。他们从外地带来的礼品并不特别——自己公司高端的啤酒。她经常给客户说的一句话是：千里送鹅毛，礼轻情意重。

很多公司送礼是为了未来一年开拓业务需要，一位商业银行驻京大客户部的负责人每年过节都最忙，要带上手下人和礼品挨家挨户地拜访。监管层、总行领导、所有大型央企的CFO以及分管财务的副总，"上上下下都必须打点到，每一个都是我们的衣食父母啊。现在做银行既凭产品，也凭感情。大家的产品服务都差不多，为什么最后把业务给了你呢？"

一位开发商人士笑称自己是"去北京金融街最多的人"。这两年贷款难，他和同伴年前几乎都泡在金融街了，他车的后备厢里装满了茅台、五粮液、蓝色洋河经典……反正没有差的。这位开发商的拜访对象有银行分支行领导、信托公司等。

大量的送礼队伍齐聚北京，已经造成北京市路面阶段性瘫痪。

今年1月25日，从下午2点开始，北京西城区就开始陷入莫名其妙的瘫痪状态，在北京金融街证监会所在富凯大厦门前，一些小轿车几个小时之内都没有挪动过。在月坛南街、月坛北街更是从早到晚都是车水马龙，这些地方聚集着中国最有权势的一些部委——央行、证监会、银监会、保监会及发改委、财政部、统计局……

相关产业兴起

礼品公关产业还带动一些新产业的兴起。

前几天，李斌很苦恼地找到一个红酒经销商，问他如何能够辨别茅台酒的真假，"前几天我送直属单位领导几瓶酒，他送到的礼品回收点，回头告诉我其中有两瓶是假的，弄得我十分尴尬。"

关大姐在朝阳区潘家园东里开一家烟酒超市，每年年前她一个主要的生意就是收购名酒洋酒，比如茅台、五粮液，轩尼诗里查、路易十三、马爹利XO、轩尼诗XO、人头马XO之类的。关大姐说，现在送茅台和收茅台都讲究年份，越老的越好。上世纪七八十年代的茅台，一瓶收购价格4000-4500元。另外，她老公也收贵重药材，近两年送礼回收最多的是海参，其次是冬虫夏草。她还有朋友回收黄金首饰、钻石之类的。他们一般都是现金交易，并且还要注意给客户保密。

相比关大姐，老吴的生意显然技术要求低很多，他主要回收礼品卡，但老吴是家族作战：有一两个亲戚在网上发帖、收集信息；他和他老婆等人主要负责在金融街的百盛、建国门赛特等商场附近机动收卡。一般按9.2折或者9.25折收卡，如果是老客户，给9.3折。行情好时，老吴一天能收到总额十几万的卡。

杨先生在北京建外SOHO经营一家二手奢侈品寄卖店，不过他的繁忙季还没有开始。杨先生从事这买卖已经有好几年，回头客占到30%以上。杨先生说，他们的客户除了一部分白领之外，很多人都是处理别人送的商务礼品，他们中有企业人士及其太太，也有政府人士及其太太。

（本报记者沈建缘、王芳、李丽对此文亦有贡献。）

建言中国“十二五”的外国人

本报记者 张斌 张向东 北京报道

中国欧盟商会的 Adam Dunnett 有一个非常中国的名字——唐亚东,他来自加拿大,在这儿工作已经超过 5 年了。

5 年里,唐亚东主要的工作就是收集外商在华企业对中国投资环境的一些感受,并收集一些建议,然后整理再与中国政府去沟通。“这样的工作时刻都在进行。”唐亚东说。

2010 年末,做着同样工作的唐亚东突然感觉到了微妙的变化。

去年 11 月 2 日,国家发改委的网站挂出了为“十二五”规划“建言献策”意见的征求。虽然这次“十二五”规划征求意见,是统一对外征求意见,也是大范围地征求意见,就是说,外商、民企、国企和普通老百姓都可以提意见。

外界对这一做法的反应很大,因为这被认为是中国政府首次将外资企业纳入到了“十二五规划”的公众意见征集中。

但是,据唐亚东介绍,国家发改委并不是第一个找到他们的。

随后,他拿出了自己做的一份 PPT,其中的一页有着详细的记录:

2010 年 1 月 21 日,上海市发改委与中国欧盟商会上海分会联系,邀请他们为上海市的“十二五规划”进言献策。

2010 年 7 月 1 日,国家税务总局呼吁为“十二五”的税收计划和改革建言。

2010 年 11 月 18 日,住房和城乡建设部呼吁为“十二五”规划中节能建筑的调查计划进行建言。

2010 年 12 月 6 日,国家旅游局收集下一个五年规划中关于旅游部门和公共服务的公众意见。

“不同级别的部门,有国家的、地方的都找到过我们为“十二五”建言。”唐亚光说,“这说明中国政府政策的制定更加的透明化,但是我们并不是激动、兴奋于这种变化,这是一个正确的方向。”

面对这些“call for (呼吁)”,唐亚光感觉到了这是与他平日工作相似但又不尽相同的工作。这并不是把去年,乃至前些年的《企业建议书》进行挑选和罗列就完事儿了。

唐亚光说:“它们是不同版本的建议,但是还远远不止于此。”

“当我收到这些力邀建言的呼吁,我和我们各个事业部门的同事坐在一起,我说,我们将要做的并不是简单地弄一些总结,我们应该

> 这说明中国政府政策的制定更加的透明化,但是我们并不是激动、兴奋于这种变化,这是一个正确的方向

更加慎重地考虑他们是在要什么、寻找什么,并且尽最大的可能去给出他们寻找的。”唐亚光很快就意识到了这一次与之前的“每一次”都不同。

他说:“五年计划是整个宏观经济的总概括,他们想要的不是非常小的或者细枝末节的建议,而是关乎整个社会发展和经济发展的东西。我们的建议应该符合这些总的目标。”

15 个人,两个月的时间,写出了针对于发改委征求意见的建议书,共计 60 多页。

唐亚光说,大体分三个方面:

首先,经济结构的战略性调整将成为“十二五”规划中的重要目标之一。当下,中国的经济发展不平衡问题严重,建议通过以下形式予以解决:拉动内需,扩大国内经济增长来源;发展新兴战略性产业;发展中小企业;加快福利国家和社会保障的改革以及扩大公众获得基础公共服务的渠道。

其次,在深化改革与加快共赢的开放战略方面,中国欧盟商会建议法律体系应增加公众意见的征求,以非歧视的方式执行法律和法规,避免追溯实施法规;税务系统应提高税收体制的有效性和透明度;外商投资与公平的竞争环境应提倡公平的市场准入条件。

最后,是创新方面建议,保护知识产权有助于鼓励研发,而“公开、和谐”的标准可帮助创新型产品更好地为市场所接受。

当然,参与建言的外资机构和企业并不只中国欧盟商会一家,很多人都注意到了这一变化。

这种变化,也正是近两年中国外资环境变化的一种反应。

国家发改委规划司的一位人士说:“征求外商的意见是因为,在过去两年间,有关外商在华投资环境的问题,一直受到大家的关注,一些外国企业也多次反映了问题。去年在天津达沃斯论坛上,温家宝总理专门发表讲话谈到外商在中国的投资环境的问题。”

2010 年,是“外资们”对在华的投资环境抱怨最多的一年。

按规定,从 2010 年 12 月 1 日开始,外资企业将适用国务院 1985 年发布的《中华人民共和国城市维护建设税暂行条例》和 1986 年发布的《征收教育费附加的暂行规定》,被征收城市维护建设税和教育费附加。至此,我国内外资企业所有的税种全部实现统一,这一调整被认为是外资企业在华超国民待遇时代的正式终结。

在超国民身份被逐渐剥去的过程中,中国政府关乎创新的政策,以及其与政府采购政策相联系,使外资企业不满和抱怨越来越多,关于中国商业气候的话题成为舆论关注的焦点。

2010 年上半年,英国《金融时报》、美国《华尔街日报》先后分别以《在华外企怨言增加》、《批评中国政策外企高管更加直言不讳》为题发表了一些外资企业对于中国投资环境的“抱怨”。

“中国投资环境恶化论”一时四起。

“国务院领导对外商在中国投资的问题还是很重视的。”上述国家发改委规划司的人士说。

去年,国务院发布了《关于进一步做好利用外资工作的若干意见》,国家发改委还专门委托中国投资协会外商投资委员会召开外商的会议,来讨论大家对这个文件的看法和反映。文件下发后的第二天,就召集外商开会了。

这个座谈会安排在去年 5 月 10 号召开。参加会议的共有 13 家外企和台企公司的主要负责人,ABB、LG、阿尔斯通、法国电力、美亚电力、BP、英特尔、IBM、嘉吉等企业都参加了。

不过,中国投资协会外商投资委员会的一位人士也感觉外资近两年的处境确实有不公平的地方。

他说:“现在在政策上,央企和国有企业是最有优势的,外资和民营企业都没有优势,甚至在一些领域还受到了政策挤压。”

“希望这次国家发改委征求意见是一个更好的开端。”他说。

对于“外资们”给予的建议书,上述国家发改委规划司的人士给予了初步回应。

他说:“对于外商提出的意见,我们将充分考虑和研究,结合‘十二五’期间国家发展的整体思路和实际情况,在规划中予以反映。我们欢迎包括各外资企业在内的各种企业和个人提出意见,按照国务院的要求,进一步优化投资环境,服务经济发展和结构调整的整体布局。”


穆桥石 威立雅全球执行副总裁 本报资料室

穆桥石:在中国学会耐心

本报记者 于华鹏 实习记者 李勇 北京报道

17 年前,在威立雅工作了近 20 年的穆桥石决定向威立雅环境总部申递一份报告,要求同意其到中国来开拓业务。很快,申请便得到批准,但总部只将穆一人派向中国,作为中国区唯一的业务代表,这暗示了总部对中国市场的观望,也奠定了穆在中国区的大佬位置。

17 年过去了,穆桥石最近刚刚被威立雅环境从威立雅中国区 CEO 的位置上提升为全球执行副总裁,仍旧负责中国区业务,每月还会有七八天到中国来处理相关的业务。

最新的财务数据显示,威立雅中国的业务收入目前占到整个集团总收入的 2.5%,以 2009 年水务、能源服务、交通、废弃物处理四大板块的营业收入 345.51 亿欧元计算,中国区的四大板块营业额已达 8.6 亿欧元。

穆桥石告诉记者,下一步总部将加大对中国区的投资,中国的份额将提升至 10%。

深谙中国文化的穆桥石说,17 年的中国生活,他学会的最重要的东西就是耐心。

日前,刚从法国飞到中国处理业务的穆桥石接受了本报专访。

5 年内中国区业务增至 10%

经济观察报:1994 年时选择到中国开拓业务,你当时怎么想的?现在来看,当时的想法实现了吗?

穆桥石:1994 年刚开始来的时候,我的考虑是中国是什么样的现状?我们到底应不应该去中国?我是以一个探索者的形象来出现的。刚开始的时候所抱的期望并不多,因为当时不知道来中国能做什么,我是当时集团来中国的第一个人,但现在我们已经有 25000 名员工。

在 17 年当中,我实现了来中国的所有期望。当然,在 2011 年我们来回顾所做的事情时,我觉得当初来中国是一个非常明智的选择,我们必须要到中国,必须要占领这个市场。无论哪个行业你要想成为世界冠军,你必须要占领中国,当时我有强烈的预感,19 世纪是欧洲人的天下,20 世纪是美国人的天下,21 世纪会是中国的时代。

经济观察报:现在中国在全球业务中的比重是多少?

穆桥石:2.5%。但我们希望它未来 5 到 7 年之内比重达到 10%。

经济观察报:很多人认为中国的水价是外资来了造成的,你怎么看?你认为目前中国的水价在一个什么样的水平上?

穆桥石:中国的水价不是太高而是太低了。因为中国的水资源非常匮乏,但水价却很便宜,以前还是免费的。为什么目前的水价在上涨,是因为政府要节水,当你价格提高的时候,人们才有节水的意识。

> 为什么目前的水价在上涨,是因为政府要节水,当你价格提高的时候,人们才有节水的意识

水的价格取决于水的处理与运输。这些渠道促进了水价的上涨,同时相应的水质量会提高。如果考虑到将来,我们不能像现在这样肆无忌惮地用水,中国的水资源有限,不可以像过去一样随意取用了。水如果价格不上涨,就会影响经济的发展,水资源不充足,什么都免谈。

经济观察报:你认为中国的水务市场现状如何?中国的水务政策你认为是否健全?

穆桥石:水务环节在中国的环保上排在第一位,中国的水分布南北差异很大。在北方有着 55%-60%的工业和 47%左右的人口,但北方的水资源却非常匮乏,现在中国 70%的表面水都被污染了,地下水的污染程度也很严重,水资源目前在中国的污染状况是不容乐观的。

在我看来,中国在水行业的法律法规非常健全,但执行和监督机制还不够,这就是为什么中国污染问题还是非常厉害。同时在水处理这个行业中,现在有很多非专业的公司来从事,这也是个问题。

在中国投资必须有耐心

经济观察报:17 年前刚下飞机看到的中国与你想象的中国一致吗?一个人初来中国,如何开展业务,怎么说服其他人与你合作?

穆桥石:当时自己一个人到中国的感觉非常无助,不知道如何开展业务。当时人们对环保的认识与欧洲相比有很大差距。人们不理解我们的公司,不知道我们在做什么、能做什么。所以那段时间我就一直在和别人沟通、向别人解释,什么是环保,什么是先进的技术和经验。三年之后我们终于在天津拿到了第一个水利项目,1997 年 6 月,我们与天津市供水部门签订了中国第一份特许授权合同,获得了改造并经营凌庄水处理厂的合约,项目总投资额为 30 亿元。

经济观察报:在中国的 17 年中,你的最大收获是什么?在业务上有没有遗憾的事情?

穆桥石:我从来就没有后悔或遗憾的事情。我在中国学会最重要的东西就是耐心,在 1997 年的时候我们与广州方面谈判垃圾焚烧发电,但一直到 2006 年才拿到项目,整整用了 10 年,在这 10 年中你可以想象我们付出的艰辛。在中国必须要有耐心和非常努力的工作才能成功。

除了耐心之外,我认为本土化也非常重要,我们如果没有本土的中国人的支持是很难开展业务的。

经济观察报:下一步有没有相关的投资计划?

穆桥石:我们有一个非常大的持续投资计划,这个计划会结合市场的需求。重点可能在垃圾处理、回收和公共交通、节能减排等。而水务之前已经做了很多投入。我们理想的状态是齐头并进,各占 25%,当然这只是理想状态的规划。

经济观察报:你对现在中国区的业务满意吗?如果你退休后会在中国定居吗?如果用一句话总结你在中国的 17 年,如何归纳?

穆桥石:第一个问题,我不满足,但同时我也不抱怨,我满意,但我还可以做得更好。第二个问题,我现在还不知道,我爱中国,但同时也爱法国,未来我的时间会一半在欧洲、一半在中国。第三个问题,尊重+热爱+非常努力地工作=在中国的成功。

野村证券全球首席经济学家 Paul Sheard 判断:

美国短期内不会陷入财政危机

本报记者 张斐斐 北京报道

美国国会预算局 1 月 26 日称,2011 年美国联邦财政赤字将会达到 1.48 万亿美元,创历史新高。随之增长的还有人们对美国财政问题的担忧。

共和党有议员甚至高喊:“美国破产了!”

国际货币基金组织(IMF)1 月 27 日表示,美国需要通过制定削减赤字和债务的措施增强他们对财政失衡的调整能力,以履行他们的减赤承诺。

在众多言论面前,欧洲寓言似乎正在美国重演。但野村证券首席经济学家Paul Sheard 则认为,市场对于美国经济和政治体系依然保持信心,短期内美国不会面临财政危机。


Paul Sheard 本报资料室

经济观察报:您是如何看待美国现在的财政情况的,美国是否面临着一场财政危机?

Paul Sheard:我认为,还不能把它叫做危机,只能说是财政方面的挑战,这跟其他国家也是一样的,因为这些国家都面临同样的问题,比如人口老化和社会福利的改革,应该只是一些比较重大的挑战。我觉得要解决这样一些挑战,需要看两个方面:一是经济的强劲增长。经济增长可以带来更多的税收,可以使得政府更加容易减少支出,所以保持经济增长是所有战略当中的支柱;二是要有一些比较好的财政政策、中期财政整顿计划,这样才能确保美国消费的持续。

美国在增长方面还是不错的,现在出现的财政恶化与过去两年的预算扩张是因为金融危机所造成的,他们的目的是遏制金融危机更加的恶化。但讽刺的是,正是因为这样一种做法,反而造成了在财政上的恶化。从某种意义上说,短期的恶化是为了长期的好转。

从财政政策方面来看,美国最大的挑战是应该需要有更多的财政政策控制它的支出,还有进行福利改革,以及财政预算上更规范,这些应该属于一些长期的问题。

短期来看,美国政府与美联储需要做的最重要的事就是迅速解决在银行体系和房产市场上的问题,尽快恢复经济增长,所以从这个角度上说,大规模的财政扩张与联储的激进政策,银行体系问题,TAPR,所有的这些重要的措施使得事情在短期上看来更糟,但事实上对于维持信心与稳定有很大的作用。我们认为,美国经济在 2011 年将会有 3%的增长,虽然不是很高,但还是很不错的一个数字,美国正朝着正确的方向前进。

我对于财政危机这种说法还是采取等等看的态度。同时,美国经济也会得益于两件事。一是资本市场的口袋很深,二是美元的储备货币地位。这让美国与欧洲相比,赢得了时间,占尽先机。

经济观察报:从一个经济学家的角度,如何评论本届美国政府前两年的经济政策?

Paul Sheard:我认为是成功的,但可以更好。回顾 2008 年的危机时,现在看来有很多问题——太多的信贷,太多的金融监管的放松,太高的杠杆率等等。当危机袭击时,布什政府就采取了很大的刺激政策,奥巴马 2009 年 1 月上台后,正处于二战最糟糕的全球经济衰退中,他继续了布什政策,美国经济成功地扭转向上运行。

但从细节上看,财政政策方面可能可以将 7000 亿美元花得更好,应该更快地进行工资减税,更多地投入基础设施建筑部分。再有从政治的角度上来说,奥巴马给予了医疗改革最高的优先,他用他的前两年推动了医改,这使他花费了大量的政治成本,而带来了很大的不稳定。在一个经济不稳定性已经很高的年代,也许奥巴马应该做的事情是推迟医改进程,将前两年更集中在经济复苏领域。

经济观察报:现在大家很担心美国的地方债务问题,您认为如果美国地方州破产的话会将整个联邦拽入财政危机的陷阱吗?

Paul Sheard:除去法律因素之外,如果联邦政府必须要救赎州政府的话,这只是将一个口袋的钱放到了另外一个口袋当中,这不会增加总的债务水平。

我更关注的一个指标是经常账户平衡,这是关注一个国家债务水平第一个要看的。在美国,经常账户赤字占到了 4.5%左右,这意味着整体上,美国人消费量比其实际生产量高了 4.5%;这是一个流动的变量(flow variable),衡量了每一年美国在公共与私人领域对其他国家新增债务的情况。我们可以关注到的一个有趣现象是在财政赤字越来越大的情况下,经常账户的赤字却没有恶化,原因就是私人部分储蓄大幅度提高,所以我认为来看经济整体的平衡情况是很重要的。

在 2006 年时,美国经常账户赤字占 GDP 的 6.5%,并有进一步恶化的趋势,这种“双赤字”(财政赤字与经常账户赤字)是更让我担心的情况。但是现在短期的赤字在下降,而经常账户赤字也在下降,这是一个好的宏观趋势。所以,我不认为美国经济列车面临着失速的风险。

经济观察报:面对经济危机时,欧洲在财政政策上进行紧缩,而美国是刺激政策,似乎有不同的道路,他们都做出了正确的选择吗?

Paul Sheard:事实上,欧洲的政策制定者或多或少地都做了美国的做法,但可能没有那么大规模。可以观察到在 2008 年与 2009 年间,欧洲的财政赤字也在增加,但没有美国增长得那么快,但所有的国家都进行财政上的扩张。欧洲比美国更加被经济学家所称的“自动稳定机制”(automatic stabilizer mechanism)所驱动,因为失业补贴、社会福利政策等等,当经济下行的时候,政府往往自由地加大了开支,这种自动稳定机制的因素在美国小很多,而起主要作用的是激进的(activist)财政政策。

不管是货币政策、财政政策或者银行政策,欧洲与美国相似的措施都没有那么大的规模。如果美国人做了 100 分,欧洲人也就做了 70 分这样。而随着危机结束,复苏开始的时候,美欧之间的政策分歧就逐渐显现出来了。为什么财政危机发生在欧洲而非美洲?一是其重点是政府债务的水平,在欧洲的周边国家,比如希腊、西班牙等国聚集了大量的负债。二是金融危机使得欧元区的体制问题显现出来,市场担心欧元区会分裂,那么希腊、爱尔兰、葡萄牙等国就会破产。所以欧洲的财政危机是由对其经济结构缺乏信心而引发的。美国在结构方面没有那样的问题——货币同盟同时也是财政同盟,市场信心也在。

编辑:黄小伟 E-mail:huangxiaowei@eeo.com.cn 美编:周一暄 2011.1.31



干旱背后是中国北方粮食主产区的根结性问题 CFP/ 供图

抗旱困局

本报记者 田鹏 安阳报道

1 月 26 日傍晚,河南安阳滑县城关镇贾固村的刘荣善再次来到村口的麦田中,眼前地表土层已经龟裂,但掘开表层,可以发现几厘米深的土壤仍含有较多的水分。因为天气冷,水分冻结,令土壤变得坚硬。刘荣善说,表层土壤的干裂,是浇水之后,又冷又干的天气造成的。他担忧今年干旱会造成小麦减产,原本每亩 1000 斤左右的产量,可能减产到 600 至 800 斤。

当前,中国北方粮食主产区遭遇数十年一遇严重旱灾,山东、河南尤为严重。山东省遭受 60 年一遇干旱,其中,菏泽、济宁的旱情已达 200 年一遇。截止到 1 月 22 日,山东全省小麦受旱面积已达 3016 万亩,约占全省小麦播种面积的 55.9%。小麦重旱面积已达 543 万亩,比一周前增加 60 万亩。至 26 日,河南全省冬小麦受旱面积增至 1796 万亩,其中重旱 181 万亩,郑州、安阳等 10 地目前为中度干旱。而全国的受旱面积超过 6000 万亩。

根据干旱的学科分类,目前多个小麦产区遭受的干旱应属气象干旱。气象干旱是指某时段内,由于蒸发量和降水量的收支不平衡,水分支出大于水分收入而造成的水分短缺现象。气象干旱通常主要以降水的短缺作为指标。

河南省农业厅厅长朱孟洲在 1 月 18 日就曾表示,河南省今年旱情同 2008 年大旱相比,在有效降雨量方面类似,但今年的苗情好于往年,2008 年在播种小麦时,土壤墒情明显不足,而今年在播种小麦时,墒情比较足,这主要归因于去年秋季河南境内普遍大量降雨。他还表示,如果 2 月份仍没有有效降雨,河南省将启动紧急抗旱预案。

面对长时间无有效降水,河南当地小麦主产区的主要应对措施是引黄河水或抽取地下水对农田进行灌溉。在天气转冷之前已经浇过一遍水的麦田,墒情(土壤湿度)尚可,而无水浇灌或浇灌成本太高的麦田则只能“靠天收”。

问题是,气象干旱仅仅是问题的一方面。干旱背后是中国北方粮食主产区的根结性问题。

目前,河南各小麦主产区,甚至整个黄河流域的灌溉农业的症结在于,一方面,随着地下水位连年下降,黄河水量起伏不定,河南这种严重依赖深挖机井,开采地下水,维持粮食产量的农业生产模式,长期看难以为继。

> 一方面,河南这种严重依赖深挖机井,开采地下水的模式难以为继。另一方面,农民种植粮食的积极性越来越低,种粮成为“政治任务”

另一方面,粮食价格偏低,种植粮食收益微薄,与外出打工的收入差距悬殊,农户辛劳一年,也只能“落下一季秋”。农民种植粮食的积极性越来越低,青壮年几乎全部外出打工,留下种粮食的只有“老的和女的”。只剩下政府为了粮食安全和政治稳定的目的,力保粮食产量。

依赖传统灌溉的农业

根据韩洪云、赵连阁的论文《中国灌溉农业发展——问题与挑战》,中国农业生产的主要限制因素是水而不是土地。中国耕地的 81%分布在北方,自然降雨难以在数量和时间上满足作物生长需求。如果没有灌溉设施,大量的北方农业用地将难以耕种。极度的水土资源分布不均衡导致中国农业过度依赖灌溉设施。而黄河流域、淮河流域和海河流域平原覆盖了中国 10%的土地面积,但只占有中国 2%的水资源,水供给和潜在的水需求缺口达到降雨量的 3/4。

而黄河流域的重要粮食大省河南和山东的粮食生产对传统灌溉的依赖十分明显。在整个华北地区降水量减少,长期遭受干旱的气候条件下,粮食生产越来越依赖于灌溉。

安阳的水利设施大都建于上世纪 60 至 70 年代“水利大跃进”时期,建设时就存在种种问题,现在更是“使用年限到了,很多小渠道毁坏严重”,安阳市水利局建设管理科科长杜理平介绍,包产到户后,一家一户经营小块土地,水利设施的建设和维护都陷入停滞。

从上世纪 80 年代中期开始,北方降雨就减少,“十年九旱”,水利设施对于粮食生产的重要性凸显。但“历史欠账”却越积越多。直到 2008 年,金融危机之后,在中央政府加大基础设施投入、拉动内需的大背景下,水利设施建设才获得了较大的投入。当前水利主要的投资方向还是在大中型水库的除险加固和引水工程的建造维护上。

下转 12 版



人一半，动物一半

被滥用的抗生素

本报记者 田鹏 特约记者 王雨蓉 烟台、北京报道



在海水养殖过程中添加抗生素，早已成为被默认的“行规” CFP/ 供图

40 多岁的宫先生是烟台一家海水养殖企业的老板，主要经营海参养殖、加工和出口。据他透露，在海水养殖过程中添加抗生素，早已成为被默认的“行规”。

从宫先生透露的信息中，可以窥见中国水产养殖业中抗生素“行规”的冰山一角。

虽有少数几部法规对养殖业中抗生素的使用作出了规定限制，但执行不力，几无效果。2006 年曝光的“多宝鱼事件”中，上海的食品药品监督部门就在产自山东的多宝鱼（学名大菱鲆）中检出多种禁用抗生素超标。

而更深层次的原因则在于：过高密度的养殖方式、相关立法和监管的缺失、科学预防、诊断和治疗能力的匮乏等。

“‘多宝鱼事件’是在这种养殖（方式）和管理体制下产生的，并不是特例，在水产品中，（此类问题）也是经常有的。”上海水产大学水产与生命学院教授潘连德说。

水产都含抗生素

“我们现在吃的即食海参，不仅要添加抗生素，最后还要用福尔马林泡。而且只要是海水养殖的鱼类，都有大量抗生素投放，例如多宝鱼、大黄花鱼、黑鱼还有金雕，这些当地人根本不吃。我了解的还没有不加的，100%吧，不加不行啊，赔钱的事谁做，这个算是行规了。”宫先生说。

据他介绍说，海水养殖主要包括三个部分，育苗、养殖和加工。在育苗和养殖这两个步骤中，由于病害和养殖密度过大造成的水体问题，抗生素的添加是“必须”的。“只要有部分鱼生病，就要加药，要不染病多，一死一大片，肯定血本无归。”行业内的一般做法是将饵料和抗生素拌在一起加入水中，如果病害严重就改用直接投入抗生素的方式。宫先生透露，养殖厂一般都和药厂有联系，“一个电话他们就来人了”。

所谓水体问题，主要是指海水污染。一方面，污水排放造成海域污染；另一方面，养殖密度过大、水域有限，“养殖的时候是圈一块水域来养，鱼啊、海参啊，吃喝拉撒都在里面，排泄物都沉到海底，没法清理，烂在里面，就会让水质恶化，容易得病，”宫先生说，“只有加入抗生素才能抑制病害。就是加了，也还是会有死亡的，有时候还赔钱呢。”

浙江大学医学院第一医院教授肖永红根据中国国内抗生素的产量估计，中国每年生产约 20 万吨抗生素，大概“人一半，动物一半”。

在实际养殖过程中，大量的抗生素被加在饲料中，投放给养殖动物。在鱼类养殖中，“最常见的就是大蒜素（广谱抗生素，用于预防一些细菌性的疾病）。商业化的鱼饲料，通常将大蒜素作为常规添加的药物。商品化的鱼饲料都会有大蒜味，就是因为添加了大蒜素。”潘连德介绍说。他认为，从预防的角度，定期适量地使用抗生素也是可以的。事实上，农业部出台的养殖动物禁用药物中也的确没有大蒜素。

> 我们现在吃的即食海参，不仅要添加抗生素，最后还要用福尔马林泡。而且只要是海水养殖的鱼类，都有大量抗生素投放

但潘连德也承认，“这种做法，有待改善。因为存在不该喂的时候也喂，该停药的时候没停等情况。”也存在耐药性和药害（药源性疾病），“本来这鱼没病，因为吃药吃得太多，吃出了毛病。”

水产养殖中的抗生素使用有多方面的负面效应：一是形成耐药性，无法治愈病害成大量死亡和药物投入的双重损失；使用抗生素会在养殖环境中的菌群中形成耐药性，一旦致病力强的细菌对人畜共用的抗生素获得了耐药性，人类感染后，本来有效的抗生素疗效会减小甚至无效。抗生素扩散到环境中，也会在菌群中产生同样的耐药性。

二是兽药残留；那些只用于养殖动物的抗生素，对人体有害，也会通过食物链进入人体，对人类的健康造成伤害。同时，抗生素会破坏养殖环境中的微平衡，污染环境；还会抑制养殖动物的免疫机能。

按照相关规定，对用于人类的重要抗生素采取保护措施，在动物中不使用。“但在实际中，投放的抗生素种类远远超出此范围。规定没什么作用。”肖永红说。

高密度养殖的恶性循环

潘连德指出，病害的发生和养殖的密度、规模直接相关，“养殖的集约化程度越来越高，病害的发生就会越来越多。”他举出美国回鱼为例，品种是由美国引进的，在中国养殖，产品出口到美国。“我们的美国同行研究的鱼病的种类少，危害也低。因为他们那里，养殖的规模小，密度低，单位产量也低。”

中国已经成为世界水产养殖和水产品出口大国，海水和淡水养殖的产量在世界上都占有很大的比例。其生产方式以高密度、多品种、集约化为特征。这样的水产养殖方式直接导致了水产养殖病害暴发、并发、多发。

中国的水产养殖之所以要追求高密度，是为了提高产量，增加收入，“我们需要赚钱啊，”潘连德说，“对于大部分鱼苗厂来说，一方水养 10 条鱼合适，可是现在普遍的养殖密度都达到了 100 条以上。”

养殖密度过高，卫生条件差，病害暴发、并发、多发，养殖户则大量投放抗生素。在海参养殖中，各个养殖户加入的抗生素大同小异。宫先生透露，行业中投放的主要是脱霉素、大蒜素以及避孕药，前两个是消毒用的，最后一个则是为了降低海参的活性，让它变“木”，只知道吃，长得快。而投放的频率最起码要一周 1–2 次，“别说有病了，就是没病也得加，防着。”

高密度的养殖产生的病害问题，使得大量投放多个种类的抗生素成为水产养殖的“常规”选择。“长期以来，中国的水产病害控制都是主要依靠使用各种农药及抗生素等，而且盲目用药现象极为严重。”一位珠江水产研究所的研究员说。

对水产养殖中病害的预防和如何科学地用药“并不清楚”，基层的技术能力欠缺，缺乏专业人员也是造成当前“盲目用药、误诊误治、药物残留”这种混乱结果的原因，养殖业者惧怕病害，就进一步陷入了盲目用药。潘连德说，“没有正规的鱼医生，都是无证行医。我就是教授级的没有行医执照的鱼医生。养殖户自己就开药方，自己买药，什么人都可以卖药！”

大剂量和多种类地使用抗生素，导致病菌的突变选择加快，正如宫先生所言：“现在耐药性越来越严重了。鱼经常得怪病，查都查不出来。你说你碰到这种情况怎么办，那就各种抗生素都往里面加吧，看管用不，不管用再加量。”如此，水产养殖的抗生素不当使用进入了恶性循环。

监管缺位

实际上，在农业部主导的养殖业抗生素使用监管中，既缺乏明确的相关立法，也没有权责划分明确的专业监管机构。

目前，对于养殖业中的不当使用抗生素，相关法规有 2002 年颁布的的农业部公告第 193 号《食品动物禁用的兽药及其它化合物清单》和 2005 年的农业部公告第 560 号《兽药地方标准废止目录》，其中多种抗生素被列为禁用兽药。

在 2009 年，农业部虽推出了《饲料添加剂安全使用规范》，详细规定了饲料添加中的维生素、氨基酸、微量元素和常量元素的部分品种，但仍未对饲料添加抗生素作明确规定。

上述政策执行不力，效果微乎其微，“多宝鱼事件”就是明证。养殖企业和养殖户根本就不相信这些规定能得到执行。宫先生笑言，“目前是没有什么规定的。就是有了，下面也不执行啊，你想想，地方政府靠这个吃多少财政呢，每年多少个上百亿的项目。”

在养殖生产一侧，既无明确的机构人员设置，也无经常性的检查。“这个圈子里的人大家互相都认识，好说话，抽检的时候做个弊就行了啊，而且很多时候是检查不出来的。即使是出口检疫，也还是加抗生素的，而且也查不出来。”

另一位海参养殖户李先生也不清楚是什么部门负责管理。他说，“规定是不许用呋喃类药物，但其实检查的时候只看看里面有没有这类药，藏起来就行了。对海参苗和水质的抽检很少。”

在中央层面，中国兽医药品监察所是对口的负责机构，其办公室的工作人员确认了这一点。但在相关的监管行动中，却鲜见中监所的身影，也不见相关信息的公开和披露。例如，在上海“多宝鱼事件”中，检出问题的是上海的食品药品监督部门，而与之对接的是山东省的海洋渔业厅。

潘连德指出，中国缺乏相关的制度设计和专业机构。“谁也不管，没人管！没有专门的部门管鱼病。没病的时候，海洋、水产、技术推广和兽医站等部门谁都管；一旦发生了疫情，谁也不管，都没有责任。”

而在出口侧，相关的检验检测机构，也不对水产品的药物残留等项目进行例行检查。“基本不检什么，也没什么大作用，”潘连德说，“对相关项目国内都不检查，一般都是国外检查出来，发现问题退回来了，再复检。”

欧盟已于 2006 年全面禁止在动物饲料中添加抗生素，而中国只是禁止添加某些品种的抗生素，且大部分是在出口产品被检出抗生素残留超标后的消极举动。有业内人士就指出，抗生素作为饲料添加剂，中国之所以难禁，与企业乃至相关部门的利益有关。养殖业中的抗生素不当使用的现状短时间内无法改变。

虽然在近期各地举行的两会中，郑州、大连和内蒙古巴林右旗等地的代表再次呼吁对养殖业中的抗生素不当使用行为进行立法，加强监管，但相关立法工作、监管制度和能力建设仍很难在短期内有所突破。

瞄准珠三角揽客 香港公海赌船卷土重来

本报记者 杨兴云 香港报道

每天下午五点左右，一直都是游人如织的香港尖沙咀天星码头西侧面向维多利亚港的堤岸边上，都会出现一排由制服美女帅哥值守，专门为前往公海赌博的游客办理登船手续的摊档。

“一般各艘赌船每隔 20 分钟就有一班接送客人的客艇，每艘客艇最多能够搭载数百人。”一位澳门实德号赌船的接待人员说，最近一段时间，每天都有大量赌客。以往赌客清淡，常常需要以免费上船作为诱饵的赌船客房开始变得炙手可热，有时甚至一票难求。



停靠在香港天星码头的公海赌船 杨兴云 / 摄

“他们中间除了少量的港台人士及访港的外国游客之外，绝大多数是来自广东及国内的赌客，其中来自珠三角区域的赌客大约占 80%以上。”曾经在香港多艘公海赌船上出任过行政主管、现在海王星号赌船上任职的刘辉对本报记者说。

受黄光裕、陈绍基等一系列案件影响而沉寂已久的香港公海赌船，目前正迎来一轮新的火爆扩张期。

卷土重来

在尖沙咀海港城二楼的丽星邮轮登船处，偌大的候船大厅早已被前来办理登船手续的人塞得满满当当。

记者注意到，现场大部分游客都是上了年纪的人，甚至不乏颤颤巍巍行走不便者。带领记者过来的香港朋友说：“都是正宗骨灰级的。”

一对来自广东南海，看上去年纪在 70 以上的老年游客对记者说，他们早在一个月前就通过南海中旅预订了这趟邮轮行程，全部费用是 1600 元，包括免费晚餐、宵夜和次日的早餐，“中午乘大巴从南海过来，走了 4 个小时，现在又排长队，晚上还要准备熬通宵。”

在排了近 2 个小时的队之后，记者终于到达办理登船手续的柜台。邮轮公司的工作人员表示，由于没有预订，无法为记者办理登船手续。

随后，在朋友的带领下，找到邮轮公司一位经理级的负责人刘先生。他表示，如果实在要在今晚登船，唯一的办法就是购买 5 万元港币的泥码。“这样也还是帮朋友忙。”

据朋友介绍，在几个月之前，现场登船的条件是买 1 万元的泥码。

所谓泥码就是赌场里不能直接兑换现金的筹码，要兑换现金需要在赌桌上通过下注换回现金码。

达不到上述门槛的赌客自然流向了门槛相对较低，环境相对较次，需要在天星码头换乘的邮轮，比如海王星、澳门实德、大都会之类。

这些次一级的公海赌船同样将价格向上作了调整。原来免费的，现在需要买 250–400 元的船票，由于需求增加，几乎没有议价的空间。

从海港城前往天星码头登船处五六百米的路上，各家公海赌船公司设立了无数拉客点。

来自贵阳、做赌船代理已经 12 年的熊小姐表示，现在他们的客人大部分是从东莞、佛山、中山等地拉过来的，天星码头现场只是根据舱位的空余情况临时推销。

熊小姐说，来客大多是通过熟人介绍，一来二去，很多人都成了回头客。

她向记者透露，对于熟客，她们一般要求对方买两三千块钱的泥码，然后免船票。关系更深一些的甚至全部免费，赌得多的还可以“返水”。

熊小姐表示，由于内地官员有段时间公海赌博案件曝光较多，公海赌船曾经一度“偃旗息鼓”，但在风波渐渐平息之后，近期越来越火爆。珠三角一带的客源滚滚而来，有时候多到难以招架的程度。

公海之旅

在熊小姐的安排下，在用往来港澳通行证登记之后，本报记者获得了登船机会。

在灯火迷离的维多利亚港航行半个小时左右，一艘巨大的邮轮出现在快艇面前。

登船之后，所有人员立刻被安排到挂有入境处标牌的柜台办理相关手续，并上交了往来港澳通行证。

随后，大家又被带到 6 楼的餐厅，开始享受免费自助大餐。公平地说，这顿不仅有各种鸡鸭鱼肉，还有很多汤水饮料以及海鲜的晚餐，以香港的标准，平均下来，每人没有几百港币是享受不到的。

按照上船前的约定，熊小姐收取了 300 元的登船费后，给了记者房卡。

客房并没有想象中的豪华，但却整洁干净。房间内唯一让人感觉身处船舱的，是那个圆形的窗户。透过它，可以看到维多利亚港两岸高楼大厦的灯光以及海面上泛着白光的波浪。

整个船上最核心的部分是被称作娱乐场（即赌场）的地方。在船上 6 楼一片舒适华丽的区域内，邮轮公司准备了包括百家乐、大小、二十一点、牌九、扑克以及包括扑克机、跑马机、轮盘机、777 机及骰宝机在内的令人目不暇接的电子博彩机。

从 9 点半邮轮公司宣布到达公海，船上赌场便开始营业。很多博彩设施旁挤满了赌客，其中人气最为旺盛的当数百家乐。

这种源自于法国的纸牌赌博游戏，自上世纪 60 年代澳门赌王何鸿燊的合伙人叶汉将其引入澳门赌场后，由于简单易玩，同时又是赌场占优势最少的游戏之一而广受欢迎。据统计，在赌场里，一般玩百家乐的赌客占到全部赌客的 85%以上。

赌客在标注有庄、闲及和的区域内下注，最终两三张牌总点数为 9 或最接近 9 为赢。在海王星邮轮的赌场内共有最低投注额 100 元、300 元、500 元及 1000 元等不同限额的赌台。每一次下注之后，赌客们便紧张地等待开牌的结果，尤其是在双方各有两张牌尚未决出胜负的情况下，等待第三张牌开出的过程几乎令人窒息。

在熊小姐的介绍下，记者认识了在船上赌场做荷官的王秀杰。户籍大连的王小姐在海王星上工作已有两年时间。她表示，海王星配备有近 700 名来自世界各地的员工，其中中国籍员工占 60%左右，年龄一般在 26 岁以下，高中毕业生居多，主要来自辽宁、天津、山东等北方省市。在船上，由于大多数人讲普通话，反而使操白话的广东人出现一定程度沟通困难的问题。

> 内地收紧澳门签注、深圳实行一签多行、香港政府对公海赌船实行越来越宽松的政策、与澳门赌场相比公海赌船具备更高的私密性、市场上充裕的流动性等因素都是原因

王秀杰表示，按照公司的规定，她们的月薪，包括小费及奖金在内一般在 1 万港币上下。一般与邮轮公司签有 10 个月的工作合约，公司包吃住并提供住宿。

“船上的赌客绝大部分来自广东，大多数人一次的输赢在几千块到数万元之间，输赢在几十万的，大概在 10%以内。”王秀杰表示，更大的豪客有专门的人员及场地接待，具体情况她也不太清楚。

类似于海王星这样规模的公海赌船，一个航次的成本在 50 万至 100 万之间。可以推算，赌客每次输掉的钱财自然不会在这个数字之下。

时间已是深夜 2 点，当记者离开赌场时，大多数百家乐的赌台前仍然坐满了赌客，不同的只是很多赌客目前的筹码似乎开始变得越来越少了。

火爆背后

对于近期公海赌船日趋火爆的原因，熊小姐表示有很多。“内地收紧澳门签注、深圳实行一签多行、香港政府对公海赌船实行越来越宽松的政策、与澳门赌场相比公海赌船具备更高的私密性、市场上充裕的流动性等因素都是原因。”

她认为，其中香港政府的态度以及邮轮代理商加大对内地尤其是珠三角城市的推销力度是最至为关键的因素。

熊小姐表示，政策的宽松为公海赌船的火爆提供了“天时及地利”，而推销力度的加大则加大了“人和”，几项因素相加，使得参与的人便越来越多。

对此，刘辉从业内人士的角度分析，金融危机的背景使得人们的赌性得到放大，是公海赌船能够再度卷土重来的一个不能忽视的重要因素。

他以不久前内地一位 51 岁的男子在宝瓶星号邮轮上，一夜之间狂输 500 万后跳海自杀为例说明，经济危机导致人们的财富急剧缩水，而以外向型产业为主的珠三角区域无疑是最大的受害者。在此背景下，很多人，特别是一些小老板、小企业主，难免会有搏一搏的想法，而公海赌船无疑是最好的去处。

“据我所知，现在定期前来的赌客比例越来越高，其中很大一部分就来自上述群体。”刘辉表示。

由于澳门近年来在通过赌场吸引游客方面的竞争力，也使得香港政府不得不对公海赌船提供更为宽松的环境，以此提高香港旅游业方面的竞争力。

最新的数据显示，弹丸之地的澳门 2010 年入境游客达到创纪录的 2500 万人次，比 2009 年增长了 15%，中国内地的游客占 53%。其间，澳门在入境游客数量方面曾经一度超过香港。

此外，值得一提的是，根据澳门政府新的博彩法规，“在航空器和交通工具上从事博彩业，将不受三个赌牌的限制。”这无疑为澳门未来在公海赌船方面参与香港方面的竞争埋下了伏笔。

聚焦地方“十二五”

赵正永的陕西路径

本报记者 张延龙 西安报道

2011 年 1 月 22 日，陕西“两会”的最后一天，陕西省十一届人大四次会议举行相关选举，赵正永当选陕西省省长。这位既非高调，也无显赫出身的省长，在 60 岁的时候成为陕西这一西部经济大省的“封疆大吏”。

去年 6 月，原陕西省省长袁纯清调任山西省委书记，赵正永开始担任代省长一职。在“十一五”的最后一年成为这一届政府的领导者，他的任期也将贯穿陕西经济、社会发展的下一个关键 5 年——“十一五”期间，陕西一直是中国经济增速最快的省份，并在 2010 年有望首次进入“万亿俱乐部”，而按照态势，陕西将在“十二五”超过部分中部省份，甚至在人均指标上向沿海省份靠拢。

而在下一个关键的 5 年，速度之外，陕西也将开始面临诸多问题：如何既保证过去居功至伟的能源产业的发展力度，又防止出现“山西化”？如何在近乎飞驰的发展速度中，进一步理顺经济结构和分配关系？甚至于，陆续倒下、被逐渐“挤出”的民营经济，能否在下一轮周期中被重新拉回轨道？赵正永将如何设计未来路径，备受瞩目。

抓能源

作为西部大开发后第一批“西进”的官员，赵正永已经在陕西工作了 10 年。在当地官员看来，赵并不属于那种个性张扬、特点鲜明的官员，其人沉静内敛，务实果断。

尽管不务张扬，但一位熟悉赵正永的当地人士评价说，“赵省长一直以来都对经济发展有明确的思路，看待问题亦冷静而清醒，擅于抓住事物主要矛盾去解决，往往令属下心悦诚服”。

这首先体现在对能源化工产业的重视上。自担任副省长以来，赵就开始分管能源工作，不仅多次前往陕北地区调研考察，也对陕北能源产业的发展提出诸多思路，倾注付出良多。

2005 年 9 月，延长石油集团在延安组建成立，成为国内除中石油、中石化、中海油等三大石油央企之外，唯一获准进入原油勘探开采领域的公司，赵正永在组建大会上说，“陕北石油开采秩序的清理整顿取得了重大成果，组建一个勘查开采资质齐全、采炼协调发展、符合现代企业制度的大型石油企业，真正实现政企分开、政资分开、所有权和经营权分离，才能巩固清理整顿成果，使我省石油工业走上持续、快速、协调的发展轨道。”

而相比于延安，资源禀赋更加优厚的榆林受到了更大的重视。榆林被称为中国的“科威特”。榆林 54%的土地面积含煤，预测储量 2714 亿吨，占全国储量近 1/5。

当地官员说，已经记不起赵省长来调研视察过多少次，“从西安驱车千余公里到榆林，对他来说是很经常的事情”。

2009 年，榆林市投资速度出现回落，陕西省迅速召开榆林能源化工基地重大项目建设推进会议进行讨论研究，赵正永说，“在陕北实施项目最大的制约因素是环境容量和水资源配置，不考虑这两大制约因素，项目实施必然会遇到困难。因此，要从实际出发，有效解决制约因素，积极创造条件，保障项目的顺利实施。”

> 如何既保证过去居功至伟的能源产业发展力度，又防止出现“山西化”？如何在近乎飞驰的发展速度中，理顺经济结构和分配关系？

而事实也证明，正是由于这种一以贯之的重视和非常规的支持力度，“陕西速度”才成为现实——“西部速度最快的是陕西，陕西速度最快的是陕北”，而长期以来，榆林市更是以 20%以上的速度高速增长，成为拉动陕西经济增长的最重要力量。

调结构

能源意味着速度，接下来的问题则更为复杂。山西已是前车之鉴，陕西如何防止“山西化”？又如何在保证速度的同时，实现其他产业的协同发展，以及优化分配关系？

2010 年 12 月 30 日，赵正永在对陕西十二五规划建议的说明中表示，“十一五”期间，“我们在调整结构方面取得了显著成效，但过分倚重投资拉动，第三产业比重较低，现代农业基础薄弱，科技成果转化不足，资源环境压力较大的状况尚未根本缓解，转变经济发展方式刻不容缓。”

而在“十二五”期间，“尽管投资拉动的作用仍不会下降，以能源化工为主的资源开发的特色不会改变，但着力扩大消费，保持存量调结构、增量优结构的基本取向将主导经济发展的大势。”

在这之前，2010 年 12 月，赵正永前往陕西几家光伏、半导体企业进行调研，亦对“结构”问题进行了简明扼要的解释——“存量部分要把淘汰落后产能和资源深度转化尤其能源化工产业作为重点，新增部分要把发展新兴产业作为重点。”

一位当地学者说，过去陕北的能源化工产业，其实多以最原始的采掘业为主，但近年来，“就地转化”已经被放在了首要的位置，这显示了政府思路的极大转变。

按照统计，2005 年以来，陕北能源化工基地列入陕西省级重点建设项目的共 68 个，总投资 3851 亿元，其中绝大多数是能源转化项目，截至去年年中，已建成投产 22 个，完成投资 895 亿元。

对于这类项目，他多次表示地方不能按照常规思路开展工作，而是“要创造性地做好项目前期工作，凡已通过省政府上报的项目，都是事先与国家有关部门沟通的，最终都是要批准的，批复前都可以先行展开基础工作，而不能等、靠、要。特别是列入国家重点建设规划的项目，比如陕北大型煤炭示范基地总体规划中的一揽子项目，都可以把基础工作做在前边，以便正式批复后很快就能启动主体项目建设。”

不止大量央企、陕西省属国企被调动参与其中，赵亦希望能引导陕北大量民间资金进入能源的转化领域——陕西省煤化集团曾与十几家民营企业合资组建了北元化工集团，建设 100 万吨聚氯乙烯循环综合利用项目，该模式受到了他的极大好评，并期望下一步“通过建立健全民间投资体系，把庞大的民间资本组建成若干个民营投资公司，然后参与具体的项目建设”。

而对于新兴产业所代表的“增量”部分，陕西省方面给出的要求是，光伏和半导体照明产业是新兴产业的重中之重，要努力实现“十二五”末产值达到 3000 亿元的目标。

西飞集团曾收购一家欧洲飞机零部件公司，后来，这家欧洲公司在大陆的投资放到了江苏镇江，这件事曾令陕西上下受到震动——因为政策、条件不如江苏优厚。赵提出对于新兴产业要进一步出台产业引导政策，“比如，财政税收方面要与产业引导政策相结合，给引进企业几年休养生息的时间，其发展壮大以后就能得到更多税收，在一定时间内给予必要的税收优惠完全应该。特别是对一些产业链长、带动性强的企业，要下决心出台一些突破性的支持举措。”

分配

一个不容忽视的事实是，在过去若干年里支撑陕西经济飞速增长的主力军是大量央企和省市属国企，2010 年 12 月，陕西延长石油集团宣布收入突破千亿，成为西北首个千亿收入规模的公司，一位陕西省官员回忆说，“在庆祝酒会上，政府的现任主要领导、退休的老领导都向延长集团的老总们敬酒祝贺，大家都很清楚他们为陕西发展付出的功劳。”

但是，一些过去的明星民营企业却逐渐掉队。昔日在资本市场上被追捧的海星科技、东盛药业等知名上市公司，如今都面临或 ST，或卖壳的命运。

荣海曾是陕西省首富，旗下海星集团业务范围一度曾涵盖电脑业务、地产业务，甚至果汁业务、连锁超市业务，但在 2009 年，因资金链紧张海星无奈卖壳予格力地产，以“断腕求生”。

在当地人士看来，海星的问题表面上是企业经营能力的问题，但实际上还是在一定程度上反映了民营企业的生存环境，“不能说不支持，但至少是支持得不够”。


赵正永 CFP/供图

在国家向民营企业放开高速公路投资门槛后，海星作为第一批投资者，在 2003 年以 BOT 模式竞得“大广线”在河南境内的一部分路段，大广线始于大庆，终于广州，建成后将是纵贯中国南北的重要通道，海星集团则拥有开封至通许路段的 30 年经营权。

但在当地相关政府部门的要求下，完工期限被要求提前一年完成，海星的投资因此从 22 亿追加到 27 亿——更糟糕的是，项目完工后，由于各省协调、建设进度不一，“大广线”至今未全线通车，这也意味着数十亿的投资一直无法带来现金流。

此后，海星只能通过一再出售各种业务来获得珍贵的现金流，甚至不得已通过上市公司进行违规隐瞒债务、隐瞒担保来获得资金。这其中的风险，当事人显然要比旁观者清楚得多。

一位当地民企业主向记者感慨说，对比几乎同时发生的浙江飞跃缝纫机事件，两地政府对民营企业的态度可见一斑。当时飞跃亦面临现金流困局、债权银行逼债，而当时浙江方面的做法是政府牵头紧急召开债权银行会议，要求各家银行维持现状，不要切断飞跃的资金链，“一切都不要变”。

众所周知的是，民营经济是调节社会财富分配的最重要力量。但官员们亦明白，事过境迁，浙江模式已不可复制，只有大国企、大项目、大投入才能充分保障未来的发展速度，而非从头培育“草根经济”。当此局面，如何要更多人分享经济飞速增长的成果、增加收入，显然是陕西需要解决的大问题。

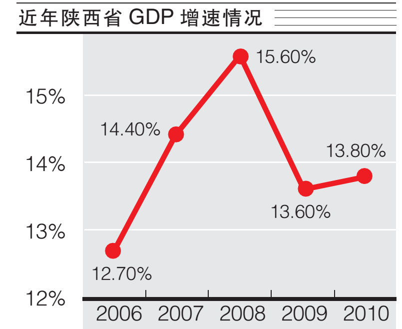
“采取超常措施，切实做到农民人均纯收入大幅度增加，城乡居民收入增长与经济发展同步，城乡收入差距逐步缩小。用数字来说，就是城乡居民收入增速保持在 15%和 16%左右”，赵正永说。

他给出的药方是通过财政手段，促使分配向民生领域倾斜，“下最大气力保障和改善民生，做到城乡居民收入增长与经济发展同步、公共服务水平与群众不断增长的需求相适应，使全省人民享受更多的改革发展成果，幸福指数不断提高，生活得更有尊严。”

在过去，陕北神木、吴起等能源大县都已经先后探索通过财政支出实现社会财富的二次分配，这种理念显然已经得到了广泛认可。赵正永在做政府工作报告时说，“今后五年财政增收部分主要用于民生，做到公共服务水平与经济发展相适应、与群众不断增长的需求相适应。基本养老、基本医疗和最低生活保障两年实现城乡全覆盖，并建立保障标准逐年提高以及低收入群众基本生活保障与物价上涨挂钩机制。”

2011 年 1 月 22 日，陕西两会的最后一天，赵正永在当选陕西省省长后第一次与媒体见面，在回答媒体“你觉得幸福吗”提问时，他说，“首先要问陕西的人民幸福不幸福，陕西人民的幸福就是我的幸福”。这位承诺要让陕西人民活的“更加幸福、更有尊严”的官员，将在今后的 5 年去践行他的发展观，人们希望在下一个 5 年陕西速度能够一如既往，没有人掉队。

近年陕西省 GDP 增速情况



资料来源：陕西省统计局



政府“钱袋子”怎么花？北京试行事前评估

本报特约记者 宋馥李 北京报道

1月24日，汪爱武刚结束了一个预算项目评估讨论会，便赶着准备资料，作进一步的调研。她所在的北京金凯伟业咨询有限公司，从去年开始，承担了北京市财政局对预算项目开展事前评估的工作。这个开创性的评估工作，推广的速度超出了他的预想。刚踏入2011年，北京市财政局就将一个新的预算项目交给了她。

1月22日，北京市“两会”刚刚闭幕，该市人大常委会主任杜德印指出，北京市将进一步深化预算监督工作，继续开展对预算资金使用绩效的监督，扩大部门预算提交市人代会和向社会公开的范围。

在中国政府总收支已达10万亿规模的当下，公共预算改革正面临闯关。2010年，北京这个特大型城市，财政收入达到了创纪录的2300多亿，而据北京市财政局网站数据，北京市2010年市本级财政支出就达1135亿元。

每年北京市要花掉1000多个亿，怎么把钱用在刀刃上，避免财政资金打水漂儿和撒胡椒面儿，已成舆论焦点。

2010年下半年，北京试行参与式预算，对2011财政年度的7个预算项目进行事前评估。尝试有效管住政府花钱的手，北京不是第一个，但是其模式或可称为改革样本。


每年北京市要花掉1000多个亿，怎么把钱用在刀刃上，已成舆论焦点 CFP/供图

评估

试行参与式预算，不少地方都有过与之相关的改革。2006年无锡市试点百姓投票决定公共预算；2007年哈尔滨试行公共预算征求民意；2008年浙江温岭的预算民主恳谈推向全市；2009年上海市闵行区探索预算听证……

北京市人大常委会预算工作委员会主任陈京朴对本报记者表示，相较于全国其他地方，北京市在预算监督上的改革并不保守。

2010年9月，北京市财政局主导，北京市人大常委会配合开展的公共预算“事前评估”，在各部门编制2011年财政预算的时候，同步开始尝试。

其思路来自于对预算支出的绩效评价。以往，一个财政年度结束后，北京市财政局遴选一些预算项目分析考核，考察花出去的钱有没有达到预期目标。这是目前最主要的绩效评价方式，被称之为事后评价。这种评价方式，弊端十分明显，像预算不够科学、实施方案不精细、资金效益没有实现等问题，年年都会出现。绩效评价本身的绩效不高，常常被学者讥刺为“马后炮”。

事前评估由此出炉。

北京市财政局预算处副处长王瑞超告诉本报记者，所谓事前评估，就是把绩效评价放到事前，先评价“花钱方案”，再决定该不该花一笔钱。

第一次开始试点的事前评估的对象，即2011年北京市本级财政支出的7个预算项目，包括北京市旅游局的宣传推广项目、北京市交管局的道路交通科技系统建设经费等。7个项目的选择，有一定的资金规模，比较重要且涉及民生，均为舆论关注的热点领域。

“这7个项目还有一个共性，就是财政部门对是否予以安排，都拿捏不准，希望通过事前评估获得决策意见。”王瑞超说。

试点最重要的指向，就是吸纳人大代表和政协委员等民意代表的参与。于是，根据已经选定的2011年预算支出项目，北京市人大常委会财经委员会推荐了6位人大代表，北京市政协经济委员会推荐了6位政协委员。

为保证独立性，北京市财政局尝试通过第三方中介机构组织评估流程。经过比较和选择，北京市金凯伟业咨询有限公司（以下简称金凯伟业）获得授权，聘请相关领域内的专家，和人大代表及政协委员一起共同组成评估组，实施调研和评估。专家分为两类，一类是财政财务类专家，一类是专业领域专家。比如，对道路交通科技建设项目的评估，既要聘请财务类专家，也要聘请交通管理方面的专家。

最终，35名分布于财政、交通、教育、旅游、农业、民政等领域的专家，再加上12名代表和委员，组成了47人的项目评估组。进一步细分后，平均每个组有7名以上代表、委员或专家，评估7个项目。从项目的必要性、可行性、绩效目标和实施风险四个方面，对预算项目进行评估。确定的评估流程为：收集基础性资料后，通过实地调研、召开座谈会、问卷调查等方式，展开评估。最后，汇总和归纳评估组意见，形成最终评估意见。

追问

去年9月下旬，事前评估拉开序幕，意想不到的困难也接踵而至。

金凯伟业评估师皮丹丹没想到，在收集资料的基础性环节，就耗费了大量时间和精力。

以2011年北京学前教育项目为例，评估组获得的起步资料，仅仅是一个概括性的描述。当时，北京市教委关于“2011年学前教育”这个5亿元的预算项目，由于涉及到新建幼儿园选址、市与区县支出责任划分等因素，当时还缺少详细的年度预算安排方案。申请该项目时，教委提供的仅是2011年到2015年的五年规划。对2011年度预算细则，连轮廓都算不上。

皮丹丹的感受是，一开始，教委一些处室的负责人对此颇有抵触，他们并不习惯这项工作，觉得很麻烦，没必要写得这么细，根据惯例，这笔钱可以在使用过程中逐步细化方案。

在“N次沟通和补充材料”之后，北京市教委负责编制预算的学前教育处和财务处两个处室，才逐步认识到了事前评估的各项要求。

频繁沟通中，评估组专家发挥了重要的作用。例如，北京师范大学教授、中国学前教育研究会理事长冯晓霞为评估组提供了丰富的国内外资料，其中还有她自己的研究成果。专家也多次到教委去沟通，实际上，推迟形成的项目申请书，也融入了评估组专家的意见。

例如：其中的一个子项目，是对民办幼儿园的补助政策，预算每个幼儿园补助100万，但这个标准是如何测算出来的？依据是什么？缺乏资料，在专家提出意见后，教委再进行补充，最后才完善起来。

> 尝试有效管住政府花钱的手，北京不是第一个，但是其模式或可称为改革样本

实际上，评估的基础资料不完善，是普遍的问题，在此次进行的7个项目中，只有一个项目有较为完善的申请报告。

前期的反复沟通，反而为实地调研、召开座谈会，铺平了道路，人大代表、政协委员以及一些专家，对预算项目的编制过程有了更清楚的认识。在后期的讨论会上，专家们都十分“有话说”，一些尖锐的意见提了出来。

北京市财政局预算处副处长王瑞超，全程参与了预算项目的讨论会。与起初存在的抵触不同的是，到了后期，申请预算项目政府部门，少了推诿，开始重视起“事前评估”这个事儿了，积极派相关官员出席讨论会。

预算项目讨论会，实为质询会。专家们细致的追问，成了常态。比如，在北京市旅游局申请的宣传推广项目中，有一笔培训支出。

专家追问：培训的受益人究竟是哪些人？

答复是：各大旅行社的导游。

专家追问：培训内容是什么？

答复是：北京形象宣传、旅游注意事项等等。

这个答复随即引起了专家的质疑：对导游的培训已经属于旅游局行业管理职能，在宣传推广的支出中列入导游培训，是否属于重复列支。

对此质疑，三位旅游局的官员显然没有准备，只好表示回去之后继续研究，尽快答复。

北京市交管局申请的道路交通科技系统建设经费，关于拍照和摄像设备预算，专家不约而同地对同类设备的预算价格有所不同，预算细则应该明确设备型号。

在讨论会现场，交管局的官员对于这个问题，一时也未能说清楚。

预算不够细化，是7个预算项目评估中的普遍问题。涉及到设备的预算，专家追问这些设备的功能和型号，往往就语焉不详。而对预算项目的实施风险，也常常被有意无意地忽略。

例如，在2011年公联枢纽公司交通枢纽运营补贴的预算项目中，包括了2011年预计将投入使用的四惠和宋家庄两个枢纽的补贴费用。专家便指出，两个枢纽目前还在建设中，完工和投入使用时间受众多因素影响无法确定。那么，现在就申请运营补贴，这笔支出就存在很大的不确定性。

北京市政协副秘书长，民建北京市委副主委直言不讳地批评这种思维说，“许多部门的习惯，是为了钱而申请钱，先申请下来这笔钱再说。”

否决

在北京市人大常委会预算工委主任陈京朴看来，人大代表和政协委员，在此次事前评估中，表现出了很强的履职意识。人大代表和政协委员关注的角度和专家关注的角度有明显的不同。专家倾向于提出专业性的建议，而人大代表和政协委员，则往往直指问题的核心——预算的必要性。

“我很珍惜对预算项目的建议权，这是一次难得的履职经历，很有价值。”北京市人大代表、民盟北京市副主委李怀方告诉记者。

北京市农业土地资源综合调查与评价项目，由北京市地勘局申请，计划于2011年至2013年完成。项目计划查明北京市区域内农业土地资源的元素地球化学分布特征，获得环境状况、肥力水平及土地质量数据，为农业生产和环境保护提供数据支持，项目预算资金5000多万元。

这是7个项目中，申请报告最为完善的一个，申请理由也非常充分，但还是被专家们看出了问题。

有着农学与生物技术专业背景的李怀方指出，这项调查其实与北京市农业局的土肥调查职能有颇多交叉重叠。而其中占比最大的一项支出，是以昌平区和顺义区为重点，则不适合由市级财政来支出。

李怀方最终建议，该子项目项下的投入资金，应该由昌平区和顺义区两区财政来投入，剔除掉市级调查的部分。这个意见最终形成了正式的评估意见。

“如果最终真的被采纳，那就真的为北京市财政省下了这笔钱。”谈到自己的履职经历，李怀方颇感欣慰。

在北京，有个提供社区公共、公益和便利服务的96156热线服务平台。由于公众知晓率较低，北京市民政局社区服务中心申请“96156”品牌推广经费，预算资金1600万。

在调研中，评估组选择了丰台区太平桥街道、安慧里居委会、安慧里南居委会3个点进行了抽样问卷调查。调查显示，“96156”热线服务功能的定位不够清晰，在这种情况下进行宣传推广，存在实施风险。

预算项目的评估意见，是对所有参与代表、委员和专家意见的归纳及总结。在这个项目上，专家们意见统一——尽管评估意见语气委婉——“暂不支持”，实际上是否决的建议，这是7个项目中唯一被认为应全盘否决的预算项目。

这是一个艰难的决定。

专家组成员、北京市政协副秘书长任学良有个担心，“事前评估”是一项开创性的尝试，从流程设计上来看，专家们只具有建议权，财政部门仍然具有最终决定权。客观来说，每一个预算项目都或多或少存在一些问题，如果专家的否决意见太多，这种开创性的尝试，还能否持续下去。

事实上，47名专家，基本上给予了7个项目温和的评估意见。即使一些预算项目的可行性很差，实施风险大，但只要其必要性正确，最终仍给出支持意见，在指出问题的同时，评估组专家同时给出调整建议。

在旅游局宣传推广这个项目中，其中一个子项目，是在北京城市显著的位置建设一个电子显示屏，用于宣传北京的形象。任学良认为，这个子项目可行性不高，设计不科学。但宣传北京形象，大方向正确，仍然予以支持。所以，在对此部分给出否决意见的同时，总体上仍然支持该预算项目，建议通过其他方式实施。

“我们的政府部门，仍然习惯沿袭固有做法，维持一个全能的政府。所以，对于刚开始尝试的事前评估，一定给它一个持续开展的环境。”任学良说。

激进与稳健

回过头来评价事前评估这个尝试，金凯伟业总经理汪爱武的总结是，事前评估是督促政府部门细化预算的过程，预算细化一步，权力的空间就小一步。

去年11月底，7个项目分别形成了厚厚的一摞子材料。最终的评估报告，反馈到了财政局的主管官员、相关主管处室，以及预算项目的申请部门，当然，还有北京市人大常委会。

7个预算项目，涉及资金12.25亿。作出否决建议的，涉及资金2.5亿元。这些意见能否被接受和采纳，才是最关键的。

王瑞超告诉记者，自己负责此项工作，也同样很紧张，他担心的是，如果这些评估意见采纳率不高的话，这项试验的意义将大打折扣。

目前从财政局得到的消息是，这7个项目的预算安排都采纳了评估报告的意见和建议。尤其是：评估报告中建议否决的预算支出，几乎全部被采纳，评估报告中支持或有条件支持的支出，有的也没有支持。

王瑞超说，对此次事前评估的指导思想，就是稳妥地推进，有所探索，但又避免激进的方式，保持整体的预算分配格局的稳定。

财政部财科所金融研究室主任赵全厚是此次事前评估的外聘专家之一，在肯定这种评估方式的同时，又觉得不过瘾。他说，今年，评估的对象应该不止于某一个项目，应该就某一个政府部门整体的支出分配进行评估，这样的层次就更高了。

任学良分析，从此次事前评估的过程来看，部门预算的随意性很大，这更显出事前评估的重大意义。任学良说，评估过程中，评估组保持了很好的独立性。如果将来，我们不同领域的预算项目，都建立了评估专家库，事前评估可以迅速组成评估组，预算的科学性会大大提高。而且，实施下去的话，申请预算的部门就不敢再忽视预算的编制。

在刚刚结束的北京市“两会”上，北京市财政局局长杨晓超对媒体表示，今年将继续推进预算信息公开，将上报市人代会的部门预算范围由45个增加至58个。同时，预算公开内容将进一步细化，从原先的类级科目细化到款级科目，部分细化到项级科目。

抗旱困局

上接09版

以河南受旱程度较为严重的安阳为例，常年粮食种植面积达800万亩，其中小麦种植面积460万亩。国家大型优质小麦生产基地市正在经历严重的气象干旱，已经连续近百天没有有效降雨，且根据气象预测，近期降水可能性仍偏小，之所以能在如此大旱中做到“麦田墒情基本适宜”，法宝就是散布在麦田中的大量机井，通过用电或柴油带动抽水机来抽取地下水，进行灌溉。

在农业灌溉中，地表水远较地下水有优势。安阳市防汛抗旱指挥部办公室主任张海亮就说，地表水有便宜、省时间和效果好等好处，但安阳地表水资源有限，大部分麦田还不能“引黄（河水）灌溉”，绝大部分需要通过深挖机井，抽水浇灌。根据杜理平的介绍，豫北地区因为距离黄河较远，难以引水，所以建有大量的灌溉用机井，密度有“一般50亩一口”。

但在无水源灌溉或浇灌成本高昂的麦田，小麦生产就会受到影响。根据安阳市农业局1月份的资料，全市有76%的小麦已经浇越冬水，但仍有100余万亩未浇。还有20万亩小麦是纯旱地，根本浇不上水，只能靠天收。另有50万亩小麦浇水成本极高。

安阳市林州县，地形多丘陵，就因为无水可浇或成本过高，小麦受旱的情形更为严峻。在鹤壁市浚县，在有的地块，地表之下10至20厘米的土壤仍很干燥，而小麦汲取水分的根系大部分处于这一深度范围内。

资源性缺水

在面对气象干旱，长时间无雨，小麦命系地下水的同时，地下水位却在持续下降。根据安阳市滑县水务局提供的资料，由于多年持续干旱和大量开采地下水，在1972年到2010年间，滑县的全县地下水埋深（地表到地下水的距离）平均以每年0.45米的速度持续下降，39年间下降了13.16米，形成了以县城区为中心的巨大地下水位下降漏斗区。

一方面地下水源在安阳的粮食生产供水结构占大部分，另一方面地下水位下降在整个安阳都很明显。用张海亮的话说，河南已经陷入了“资源性缺水”的困境。而杜理平也表示，“山东的情况也差不多”。

根据2009年度的《安阳市水资源公报》，安阳市2009年供用水总量为14.1698亿立方米，扣除因漳河用水量0.8913亿立方米和引黄河用水量0.5440亿立方米，区内年供用水量为12.7345亿立方米，而全市的水资源总量仅为9.7532亿立方米，不能满足供用水量的需求。在供水量中地下水源的供水量占总供水量的74.9%。而在用水量中，农业灌溉用水则占到69.8%。

安阳的“资源性缺水”在干旱中表露无遗。首先是地表水捉襟见肘。根据防汛抗旱办1月25日的一份资料，当前安阳全市9座大中型水库总蓄水量只有8332万立方米，仅占总库容的四分之一，蓄水少；同时漳河无水可引，岳城水库蓄水较少，造成红旗、跃进、漳南三大灌区无水可引。

其次，随着地下水位的下降，不少较浅机井已经抽不出水了，这就造成了单井控制的麦田面积过大，浇灌周期长。上世纪70年代的机井深度一般为30至40米，而近些年在滑县的新打机井一般有60米深，其他几个平原地区的县则有70至80米深。丘陵和山区的机井则更深。

机井挖得愈来愈深，浇灌耗费的电力越来越多，浇地成本也就越来越高，更加压缩了粮食种植的每亩净收益。例如在位于山区的林州，机井深达300米，“一亩地浇一次超过100块，弄不成，老百姓不干，浇不起。”张海亮说。

为解决地下水位下降，河南各地给出的应对方法无他，还是黄河。例如，滑县水务局就表示，通过近几年的引黄，地下水位有所回升。在临近黄河的开封市兰考县也同样是用渠引入黄河水灌溉和渗入地下来保持地下水位。

但杜理平认为这种办法不能让地下水位整体回升或停止下降，只能做到“降慢一点，控制下降的幅度”。张海亮也认为现有的“节、引、补”等手段都做不到令地下水位回升或不再下降，“主要是节水，其他没法儿”，既不能让地下水位不再下降，又要依赖地下水灌溉，“早晚会出事”。

黄河流域的主要粮食产区所采用的灌溉方式普遍是耗水量大、效率低的漫灌等方式。在面对天气转暖后，河南、山东等地的春灌造成的用水量“井喷”，将会给各大粮食产区可供水量造成巨大的压力。

种粮成为政治任务

一方面是主要粮食产区越来越依赖地下水和黄河水灌溉，成本上涨；另一方面却是，粮食生产效益越来越薄，在农民的收入中所占比例下降，农民种植粮食的意愿不断降低。

在地方政府方面，农业生产所能带来的财政收入也远不能和工业带来的财政收入相比。粮食生产已经变成“米袋子”省长负责制下的政治要求，在很大程度上依赖行政力量的推动。

贾固村14队的村民刘荣善虽然认为当前的旱情会影响收成，造成减产，但并不十分在意。他家中承包有七八亩地，自己在北京打工，孩子在外上学，只有妻子一人在家中干农活。每年夏粮和秋粮的收成中，卖掉夏粮的收入大致能覆盖种子、肥料、农药、浇地和机械作业，一年的人工投入，也就是“落下一季秋（粮）”，作为一家人的口粮。而他在北京打工的收入每个月3000元左右，扣除四五百元的生活成本，大概能有2000多元的收入，主要用于供儿女上学。

对于刘荣善而言，即便今年的小麦亩产降低了20%至40%，对其家庭的口粮和收入造成的冲击也不是很大。对于眼前的干旱，他的打算就是天气转暖之后，再花钱浇一遍水。

在贾固村中，类似刘家的家庭很普遍，青壮年几乎都外出打工或从事其他行业，而且很大一部分人已经不太会种植粮食了。留守的老人和妇女在很多时候，也雇人做打药和收割等农活，农民家庭对于粮食种植的意愿已经很低了，只是获取口粮而已。

根据安阳市农业局的资料，安阳市对2010年小麦玉米一年两熟种植的统计，全市每亩粮田年均产量为846.4公斤，亩收入为1682.3元，亩成本为614元，折合每亩净收益1068.3元。这一统计并未计入人工成本。

农民种植粮食的收益极其微薄，“农民是在为国家作贡献。”一位安阳市农业局的官员说。

一周中国



北京首次小客车购车摇号

新闻回顾

1 月 26 日，北京市民首次通过摇号确定小客车购车指标。18.7 万余名申请者中 1.76 万人“中签”，中签比例约为 10.6:1，本月 30 日起可到相关部门办理上牌手续。

■ **点评**

相对于上海的“最贵的铁皮”式的车牌拍卖，北京的“摇号”似乎显得更加公平。利用数量控制的方式来治理交通拥堵问题，短期内可以起到立竿见影的效果。如何平衡汽车生产企业的利益、城市居民购车的合理要求与城市拥堵的现实问题，“摇号”似乎并非治本之策。“摇号治堵”的效果仍待观察。

广州将推广公车装载 GPS 防止私用

新闻回顾

广州计划在春节后为市管干部的公车装载 GPS 全球卫星定位系统，以便查询车辆的具体位置，未来广州公车都将装载该系统。我国从 1993 年起陆续进行公车改革试点，海南万宁市去年为检务用车装了 GPS 系统。

■ **点评**

广州依靠科技手段治理公车私用现象，创新精神值得提倡。然而，公车私用的问题仅仅是国内公车问题的冰山一角，解决公车问题更需要实现对政府行政开支的有效监督，使公车问题真正暴露在阳光下，公车问题并非“技术手段”可以解决。

云南鹤庆廉租房分给三系统职工

新闻回顾

近日，有网民发帖反映云南大理鹤庆将 607 套廉租房分给教育、卫生、计生三个系统的工作人员。鹤庆县住房保障领导组办公室回应，2008 年开始实施廉租房建设至今，已基本实现最低收入家庭的应保尽保；按照廉租房分配分期分批分类推进思路，先解决教育、卫生、计生系统住房困难户。

■ **点评**

依靠廉租房解决住房困难民众的居住问题，是解决问题的正确思路。然而，在操作环节上，廉租房和经济适用房沦为特权群体的“福利”。建立公平、公正、公开的廉租房分配与申请机制，使民生政策能够真正造福于民，需要各地政府深思慎行，也依赖于制度的保障。



郑州郑东新区上演“空城计”

新闻回顾

近日，郑州郑东新区因房屋空置率高被称为“鬼城”，目前建设量已达 3000 万平方米，相当于目前郑州市区规模。其住宅入住率平均在 50%多，较偏区域只有三分之一左右。郑东新区自 2001 年规划，2003 年正式建设，远景规划总面积 150 平方公里，规划在 20–30 年内建成。

■ **点评**

伴随此轮经济刺激政策的是众多城市的新城建设热潮，依赖基础设施及房地产开发的需求，短期内可以带动地域 GDP 发展。不过，盲目的建设势必会造成城市建设现实与居民需求之间的矛盾，既不利于解决民生问题，也为未来的发展留下隐患。

点评人：周靓

城建日投 2 亿 大武汉离一线有多远

本报记者 谢良兵 武汉报道

曾经辉煌过而后没落过的武汉在重燃梦想。最近审议通过的武汉《全市国民经济和社会发展“十二五”规划的建议》中，提出了建设“国家中心城市”的目标。五年之后，武汉将成为人口达千万，财政收入达 2500 亿，GDP 冲万亿元的大都市。

从“中部地区重要的中心城市”到“中部地区的中心城市”，再到如今的“国家中心城市”，武汉试图通过这样的“三级跳”实现自己重返国内一线城市的梦想。30 年前，武汉工业总产值、利税总额均居全国第四位，与京沪津同为一线城市。

辛亥革命百年契机

武汉是个没落的贵族。武汉人或多或少有些“一线城市”的情结。毕竟，以“大”而称的中国城市中，只有“大上海”和“大武汉”。

早在晚清时期，在湖广总督张之洞的带领下，武汉成为与天津、上海并列的晚清三大洋务中心。这里积聚了一批近代的军事重工业和轻工业。汉粤铁路也从这里向南延伸，武汉成为中国早期的交通中心。

这说明，武汉自有工业文明开始，就一直稳固在中国一线城市的阵营当中。打响辛亥革命第一枪，让大武汉的荣光达到了历史高峰。在孙中山的《建国方略》中，武汉被定位为“如纽约、伦敦之大”的“东方芝加哥”。

中共建国之后，毛泽东特别眷顾武汉，除多次到访武汉之外，共和国的很多工业项目都被放在了武汉。武汉长江大桥、武汉钢铁厂、武汉造船厂等一大批新中国第一轮工业化时期的重大工业项目都被刻上了“武汉”的字样。

这样的优势一直保持到改革开放之初。即便是改革开放之初的上世纪 80 年代初，武汉的工业总产值、利税总额依然均列全国第四位，仅次于上海、北京和天津。有着“天下第一街”之称的汉正街，在义乌崛起之前，也曾是那个时代小商品的代称。

在湖北日报近日举行的区域经济增长与对外经济合作高峰论坛上，湖北省人大副主任周洪宇说，从上世纪 90 年代开始，武汉中部老大的地位逐渐下陷，不仅与东部地区发展的差距在扩大，与中西部地区尤其周边省市的差距也明显缩小，已基本处在同一个层次。

发生这一变化的重要原因在于，改革开放后，国家经济发展的重心向沿海城市转移，包括武汉在内的中国内陆地区，在国家的发展战略中的地位和作用下降。没有了计划经济时代体制庇护的武汉，逐步跌出一线城市的行列。

最近几年国家区域经济发展战略的调整，武汉希冀重新被国家重视。上世纪末，武汉被国家定位为中部重要的中心城市，2010 年 3 月，武汉摘掉“重要”二字，成为国家定位中的中部惟一的中心城市。

也就在这个时候，武汉市市长阮成发向外高调宣布了一项投资计划：武汉将用 200 亿元打造辛亥革命百年庆典。尽管这项宏大的计划引来了诸多如“劳民伤财”“面子工程”等质疑，但依然被当地媒体认为是武汉复兴计划的开始。

当地政府称，事实上这 200 亿的投资 98%以上都是用于完善首义广场等基础设施和周边旧城改造。以辛亥革命百年纪念为契机，另一项重大的数百亿的城市建设投资，也正在武汉三镇展开。

> 武汉重返一线城市的路还很长：产业结构和金融市场即便与长沙、郑州、合肥比也差距明显，人的素质也需要提高

日均 2 亿元的城建

这项城市建设的投资 2009 年开始已经高达 520 亿元。最近召开的武汉市建投会透露的信息显示，2011 年，武汉市计划投资 725.82 亿元用于城建，平均每天投资约 2 亿元，其中八成用于交通建设，成为武汉历史上投资额最高、建设项目最多的年份。

与北京、上海一样，武汉也在经历着城市发展的阵痛。

2007 年，武汉市启动“大建设战役”；2008 年，一场遍及全城的“路网革命”打响。5000 多个工地同时开工，轰鸣喧嚣，尘土飞扬，武汉已经成为一个巨大的工地。原本城建历史欠账较多的武汉，不得不付出全城拥堵的代价。



最近几年国家区域经济发展战略的调整，武汉希冀重新被国家重视 CFP/供图

武汉市建筑管理办公室张建松科长告诉本报记者，10 年前，武汉的城市建设年投资总额仅约 10 亿元，而今的投资额已超数十倍。超过 200 家的建筑企业来到武汉参加建设，这一数据也是 10 年前的 10 倍。

不过，2011 年开始，这场席卷全城的“路网革命”将日见成效。2010 年底，让武汉人等了 22 年的武汉三环全线通车。据称，这一项目路、桥各项投资超过 215 亿元，这样的投资力度在武汉城建项目上十分少见。

在大搞城市基础设施建设的同时，地标性建筑的打造也成为武汉重返一线城市的重要砝码。2010 年 12 月底，325 米的武汉乃至华中“第一高楼”——中国民生银行大厦投入使用。而 5 年之后，总投资约 300 亿元，设计高度 606 米的武汉绿地国际金融城，将成为仅次于阿联酋迪拜塔和上海中心大厦的中国第二、世界第三高楼。

武汉辛亥革命纪念碑的设计者、北京 XD 建筑设计咨询公司主设计师徐东昕对本报记者说，作为一个未来的设计，辛亥革命纪念碑抒发的就是复兴武汉的愿景。在他看来，不管是纪念碑还是世界第三高楼，都将承载未来武汉发展的竞争力。

在徐东昕的理念里，地标性建筑并非民众眼中所谓的形象工程，而是打造城市竞争力的重要工具。他曾研究过世界千万人口大都市中地标性建筑和城市 GDP 增长的关系。他发现，每一次地标性建筑的出现，都是 GDP 增长的重要节点。

他说，北京的几次高速发展历程，分别以国贸大楼、鸟巢、央视大楼为节点。上海借助世博会中中国馆的设计，广州借助亚运会“小蛮腰”的建成，都成为这些城市跨越台阶的风向标。“纪念碑、第三高楼就将是武汉未来的风向标。”徐东昕说。

大投资拉动大发展，基础设施建设作为跨不过去的坎，这是包括武汉在内的所有城市发展的必经阶段。徐东昕说，地标性建筑除了拉高一个城市市民的审美水平，其背后所隐藏的“隐性利益”，更会给一个城市复兴带来能量化的意义。

重返一线还缺什么

在谈到“十二五”的目标时，湖北省委副书记、武汉市委书记杨松说，必须创新发展观念，瞄准更高的目标，才能巩固中部地区中心城市的地位。他称，武汉有基础、有条件向国家中心城市迈进。“我们建设国家中心城市信心十足。”

信心首先来自国家的重视。在区域经济增长与对外经济合作高峰论坛上，湖北省政协副主席周宜开表示，武汉被中央定位为中部中心城市，这是中央对湖北区域经济发展的充分肯定，也是对武汉提升为全国性区域经济发展的引擎而提出新的战略要求。

有评论称，目前被确定为“国家中心城市”的北京、上海、天津、重庆、广州这 5 个城市中，唯独缺了中部地区。而武汉作为国家确定的中部地区中心城市，是最有希望提升为“国家中心城市”的城市。

中国科学院地理科学与资源研究所研究员毛汉英称，武汉已具备了创建国家中心城市的基本条件。他分析说，在全国 35 个省会城市和计划单列市中，武汉的“中心性”综合测度值居第 8 位，在中西部地区 19 个城市中居第一。

武汉的信心还源自近几年 GDP 的增长速度。据了解，“十一五”期间，武汉的武汉经济总量(GDP)经历了 3000 亿元、4000 亿元、5000 亿元的“三级跳”，先后超过宁波、成都、南京等副省级城市，已位列副省级城市第五。

但是，在产业结构和金融市场方面，武汉即使是与中部地区的长沙、郑州和合肥相比，差距依然明显。在武汉的“十二五”规划中，被扶持的企业仍是武汉石化、东风、武钢、武船等有着央企背景的老面孔。

湖北社科院长江流域经济研究所所长彭智敏说，武汉想重返国家一线城市，要提高金融服务、总部经济、进出口贸易的 GDP 比重。同时要加大民营经济的发展力度，“武汉需要学习长沙的民营经济，长沙的远大、三一重工，发展都很快。”

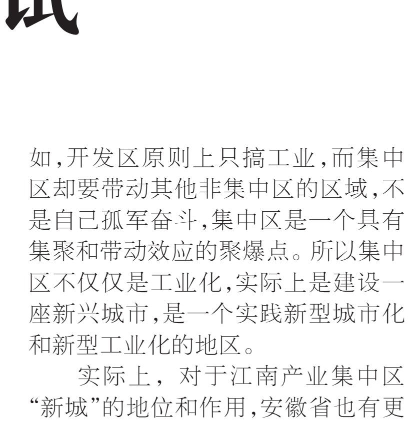
另一方面，在武汉大搞城市建设的背景之下，武汉对于“土地财政”的依赖程度也在增加。数据显示，2010 年武汉卖地总收入达 661.73 亿元，增幅位居全国前列。2010 年，在武汉的外来投资中，有 50.01%投向了房地产业。

因为设计了辛亥革命纪念碑，徐东昕的事业也开始向武汉发展。但武汉的投资软环境还有所欠缺。“人们的素质普遍还不高。”湖北社科院的彭智敏也发现，武汉多年来发展动力不足部分原因就在于有些政府中层管理干部不作为。

武汉市委书记杨松近日在武汉市对外招商工作会议上表示，出门招商引资，在公开场合要改掉“汉腔”。“去谈项目的时候，不要一堆人聚在一起说武汉话，这样给别人的感觉不好，别人会感到一种‘排外’，或者觉得这个地方的人‘本地意识’太强。”

武汉要真正重返全国一线城市，路还很长。

2009 年中部省会城市 GDP 对比



学会拒绝 皖江承接产业转移新尝试

本报见习记者 叶静宇 池州报道

安徽省池州市东北角的梅龙镇。临近春节，武汉东立光伏电子有限公司的工程师赖建平还守在此地，东立光电将在这里投资 120 亿元建起一座年产 15000 吨多晶硅的新厂房，并逐渐引进下游企业，最终形成年产值 300 亿元的光伏产业园区。

与东立光电同属一个集团的武汉东立置业有限公司，计划在几十公里外建造一个高档住宅小区。在这个小区的周围，未来也将林立起不少知名地产商的标志。

还是在同一片土地上，由浙江民营企业祥源集团牵头的浙商投资联盟，将依托九华湖湿地自然保护区，打造一个集生态观光、文化旅游和休闲养身于一体的文化旅游项目。

“我们定位是把这里建成一座宜业、宜居、宜游的文化休闲之都。”江南产业集中区管委会主任张祥安说。

2010 年 6 月，安徽皖江城市带承接产业转移示范区获批 5 个多月后，作为“示范区中的示范区”，江南产业集中区落子梅龙镇。

根据目前正在送审安徽省政府的产业和基础建设详规，规划面积 216 平方公里的江南产业集中区，尽管担负着“承接产业转移”的示范作用，但其强调的重点，并非 GDP 和工业增加值的变化，而是要建设成为一座宜业、宜居、宜游的“新城”。

中西部地区承接产业转移，给人最大的担忧是，随着产业的转移，污染也随之而来，中西部又走上曾经的先污染后治理的老路。这个污染“魔咒”如何破解？

学会“拒绝”

作为先行先试区，安徽省委、省政府《关于加快推进皖江城市带承接产业转移示范区建设的若干政策意见》中，明确对江南、江北两大集中区给予 40 条相关支持政策。同时，集中区管委会也出台了 10 条招商引资优惠政策。

据了解，去年下半年以来，江南产业集中区先后洽谈了 600 多批次客商，最终达成合作意向 60 多个，签订协议项目 9 个。在未达成合作意向的项目中，不少就是因为达不到环保的“门槛”而被集中区管委会“拒绝”。

自皖江示范区建设规划出台后，安徽省环保厅针对示范区先后制定了《皖江城市带承接产业转移示范区环保专项规划》、《省环境保护厅支持皖江城市带承接产业转移示范区建设的政策措施》等，制定实施《鼓励优先承接产业转移目录》，严格执行建设项目环评制度。

安徽省环保厅厅长缪学刚介绍，安徽省还将在“示范区”内开展主要污染物排污权有偿使用和交易试点。

在控制污染企业进入的同时，安徽省环保厅还要加大环保投入，加快污染减排工程建设，如针对“示范区”和“集中区”的新建城镇生活污水处理项目，按每万吨处理能力 300 万元奖补，新增污水管网建设，按每公里 40 万元奖补。

安徽省发改委副主任刘荣华说：“实际上，高能耗、高污染的企业，即使转移，也会被市场所淘汰，所以无论从哪方面来讲，安徽都不会引进这样的企业。”

“新城”计划

在明晰产业布局的同时，探索产城一体化的新路径也是安徽破解污染“魔咒”的另一方法。

江南产业集中区所在的梅龙镇，是一片被张祥安称作“一张白纸”的“处女地”。赖建平此时正在等待着第一块土地的交付使用。“现在多晶硅市场情况很好，我们在武汉的生产基地已经不够用了，老板希望春节一过这里就能开工建厂”。

不过，包括划拨给东立光电项目的土地在内，梅龙镇的征迁工作因“113”群体性事件曾一度中止，耽搁了近两个月，目前尚未全部完成。

此事成为考验“新城”当地政府执政能力的一个起点。

由于江南产业集中区管委会是省直管单位，而征迁工作按规定只能由镇或街道一级执行，因此，池州市贵池区梅龙镇街道承担起为集中区征收土地的工作。

“113”事件发生后，安徽省委、省政府高度重视，池州市也随即暂停了征迁工作，召开紧急会议，组织人员深入每家每户了解情况、宣传政策。

> 中西部地区承接产业转移，给人最大的担忧是，随着产业的转移，污染也随之而来，中西部又走上曾经的先污染后治理的老路

经过了解，池州市的解释是：“贵池区对省政府皖政〔2009〕132 号文件执行不到位，对征迁安置政策宣传不到位，对征迁工作组织不到位，导致了群众对征迁安置工作的不满和抵触情绪。”

几天后，池州市委、市政府对前期制定的征迁补偿安置政策，以及被征地农民养老保险办法作了修改和完善。

“目前已经有 90%的村民签订了征迁协议。”江南产业集中区招商处负责人胡德华表示，春节前将尽快将补偿款送至村民手中，也能使东立光电项目尽快上马。

事实上，这种补偿方式目前在各地推进城市化的进程中并不鲜见，其目的之一也是为了将失地农民逐步纳入社会保障体系。

在张祥安的设想中，江南产业集中区所在的梅龙镇正是要走上一条城市化的道路，“未来在集中区，没有市民、农民的区别，每个人都是市民。”

根据规划，江南产业集中区内除三分之一的生态保护区不能进行开发外，剩余面积中的超过三分之一将用于打造城市功能。张祥安介绍，未来集中区内将有医院、学校、会展中心、住宅小区及配套的各类生活设施，安徽省目前唯一的公租房试点也设在江南产业集中区。

“城市建好了，就能留住企业、留住人才。”张祥安说。

在安徽省皖江示范区的整体建设规划中，江南、江北两个产业集中区是突破口和着力点，需要在这个平台上，既能够适应大规模、集群式产业转移趋势，更能实现工业化与城市化的互动。

这一点，通过安徽省设立江北、江南两个省直管的管委会就可以看出。安徽省发改委副主任刘荣华阐释说：“集中区实行省直管的模式，是模仿、借鉴上海浦东和天津滨海两地的经验，在产业建设的过程中建成两座新兴的城市。”

安徽省政府发展研究中心主任吴克明也对“集中区”和“开发区”作过分析：在管理模式上，开发区主要是履行产业发展职能，而在行政事务、社会管理上缺乏明确的界定。在大规模产业转移过程中，将面对大量的非产业发展问题和矛盾，这需要在实践中探索管理办法，国家可以赋予集中区在管理上的先行先试权。例如，开发区原则上只搞工业，而集中区却要带动其他非集中区的区域，不是自己孤军奋斗，集中区是一个具有集聚和带动效应的聚爆点。所以集中区不仅仅是工业化，实际上是建设一座新兴城市，是一个实践新型城市化和新型工业化的地区。

实际上，对于江南产业集中区“新城”的地位和作用，安徽省也有更大的考虑。

安徽省“十二五”规划中明确，将加快推进铜池一体化建设。江南产业集中区正处于铜陵和池州贵池区之间，根据规划，连接铜池一体化的交通要道贵铜公路、宁宜城际高铁、沿江高速等穿区而过。

同时，即将于今年通航的九华山机场位于集中区腹地，围绕机场建造的两条主要道路，一条通往池州，一条连接起集中区南部的九华山和长江北岸的铜陵(枞阳)江北产业园。

由此，以江南集中区为中心，东西接铜陵、池州，南北连九华山、枞阳的格局初现雏形。“这就是我们提出打造的‘皖中南城市群’。”张祥安告诉本报。

然而，目前略显尴尬的是，集中区和集中区管委会的法律主体地位尚未明确，也未被赋予相应的经济和社会管理职能。

“这是当前工作中面临的最大的体制束缚，”张祥安说，“不过，集中区自身也在体制构建上大胆创新，全力推进行政体制改革，实行扁平化管理、企业化运营，积极探索新的社会管理体制，遵循城乡统筹原则，在户籍、社保、教育、医疗等方面推行市民化管理、市民化待遇，全力打造一元化社会。”

以产城一体化拉动产业转移和城市建设的“双引擎”，江南产业集中区作为皖江示范区的先行先试区，仍在新的路径上探索前行。

中国最受尊敬企业十年
10th Anniversary of The Most Respected Companies of China

中国最受尊敬企业十年

守义 · 创新 · 责任 · 持续 · 领先

自2001年创立之日起，“中国最受尊敬企业”评选活动一直致力于弘扬正确的企业价值观和方法论，从而推动企业和社会共同进步。

经过10年的实践和观察，我们发现，“中国最受尊敬企业”身上存在一些令其成为行业领导者及时代榜样的共性。所以，我们将以这新世纪的头十年为时间维度，深入审视、盘点整个“中国最受尊敬企业”群体，评选出“中国最受尊敬企业 · 十年成就奖”，进而挖掘出这些企业身上足以引领未来十年的共同基因，广播于世。

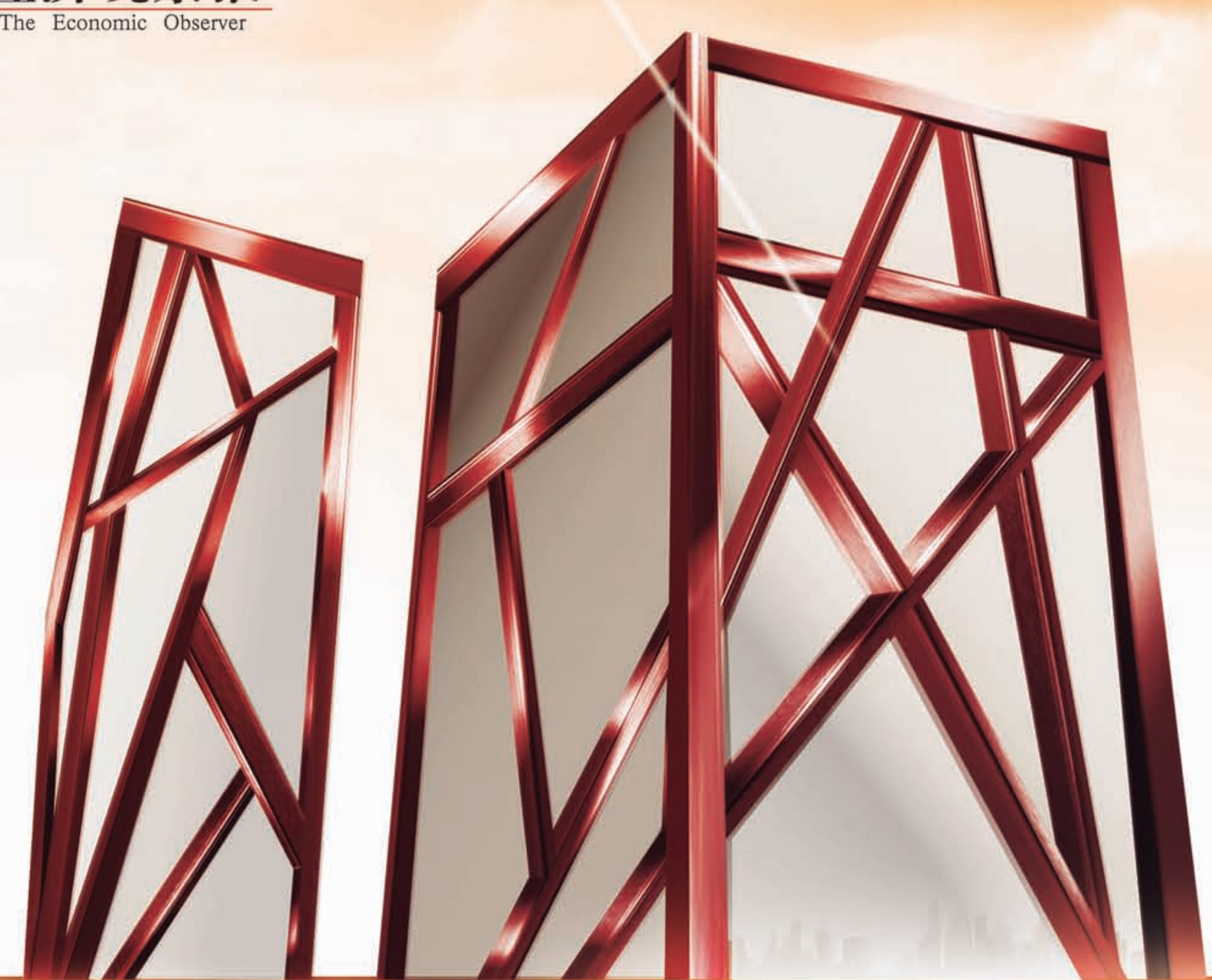
历时4个月，经过100位各领域精英的广泛提名及25位专家最终决选，“中国最受尊敬企业 · 十年成就奖”现已产生。“中国最受尊敬企业”的称号不仅是一份荣耀，更承载着公众对商业社会的期许。十年的坚持和实践让我们找到了推动商业文明的动力和方向，而这些我们都将其视为继续前行的起点。

“中国最受尊敬企业 · 十年创新奖”、“中国最受尊敬企业 · 十年进步奖”、“中国最受尊敬企业 · 十年公益成就奖”即将产生，敬请关注。

中国最受尊敬企业 · 十年成就奖
获奖企业名单（排名不分先后，按企业名称拼音排序）

阿里巴巴集团
北大方正集团公司
比亚迪股份有限公司
东风日产乘用车有限公司
国际商业机器中国有限公司（IBM）
海尔集团公司
海信集团有限公司
华为技术有限公司
吉利控股集团有限公司
联想集团有限公司
青岛啤酒股份有限公司
三星（中国）投资有限公司
上海通用汽车有限公司
苏宁电器股份有限公司
TCL集团股份有限公司
腾讯公司
万科企业股份有限公司
微软（中国）有限公司
西门子（中国）有限公司
新浪公司
招商银行
中国海外发展有限公司（中海地产）
中国民生银行
中国平安保险（中国）股份有限公司
中粮集团有限公司

主办单位：北京大学管理案例研究中心 经济观察报 The Economic Observer



正邦 bang 邦传媒 mediabang

中国最受尊敬企业十年评选组委会
联系人：陆小妹、赵阁宁 / 电话：010-64209022-1228/1292 / 邮件：luxiaomei@eeo.com.cn zhaogening@eeo.com.cn

疯狂的翡翠

本报记者 杨兴云 腾冲、瑞丽报道

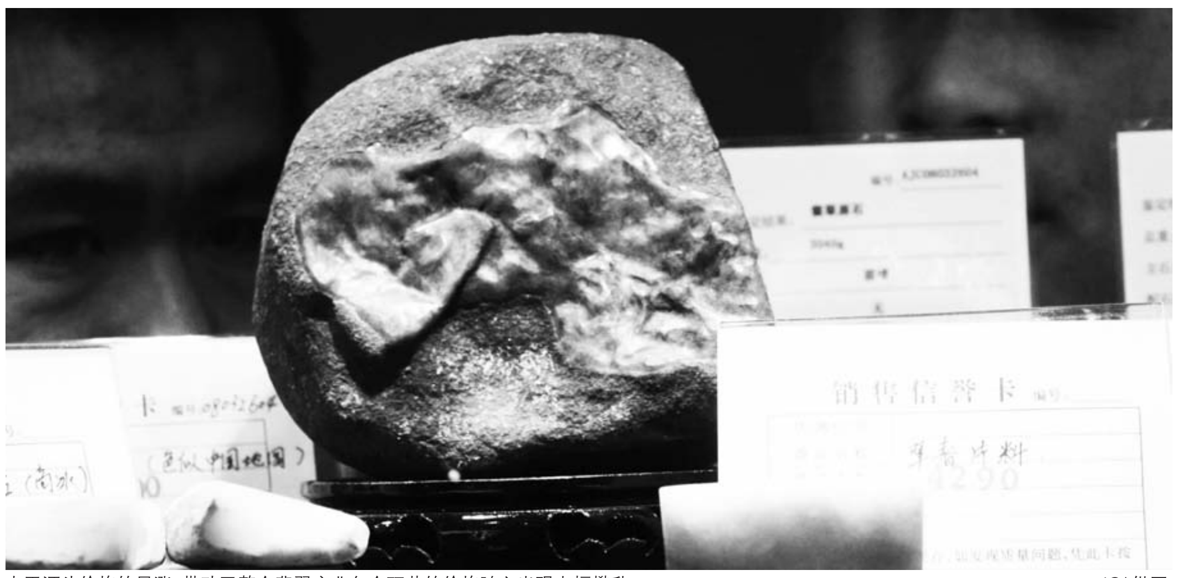
刚过去的2010年对于中国的翡翠行业来说是一个疯狂的年份。

在这一年中，几乎所有原产于缅甸北部被称作翡翠的石头，从毛料到成品,其价格都在持续飙升。

“与前期的涨势相比,下半年翡翠价格更在原来飙升的基础上呈现‘跳涨’。”瑞丽珠宝街东亚珠宝行总经理王小骞在对本报记者描述目前翡翠价格的走势时，特意用这样一个词来描述。

在被称为“中国翡翠第一乡”的腾冲荷花雕刻中心，腾冲翡翠协会副会长、雕刻中心负责人尹春林告诉记者，不久前价格100多万/公斤的玻璃种翡翠毛料，已涨到300万/公斤。仅仅两天之后,瑞丽珠宝玉石协会常务副会长柯文聪告诉记者，“玻璃种的翡翠原料,现在即便出价1000万元1公斤也拿不到货。”

柯文聪认为,至少在目前,翡翠毛料已经成为不折不扣的“疯狂的石头”。


由于源头价格的暴涨,带动了整个翡翠产业各个环节的价格随之出现大幅攀升 IC/供图

缅甸:源头暴涨

作为宝石级的翡翠原石目前仅出产于缅甸北部密支那邦下一个名叫帕敢的地区。根据缅甸政府规定,翡翠矿主必须将开采出来的翡翠原石，统一交由缅甸政府地矿部或军方矿业部编号,集中到首都拍卖。这就是俗称的仰光公盘。

按照业内人士的估计，通过公盘出售的翡翠原料大概占到缅甸所产翡翠总量的70%–80%。公盘一般每年举办4–6次，由缅甸政府或军方主持。拍卖所得由政府抽税25%，剩下的75%，再按当时汇率折成缅币存入所有者账户，在缅甸严令禁止翡翠的私下交易。

事实上,翡翠价格的飙升,在最新一次的公盘价格中已经体现。

在这次公盘期间，在众多创下天价的翡翠原石中，一块重约6公斤底价为58万欧元的冰种紫罗兰色翡翠，最终竞投成交价达到近1900万欧元，平均每公斤价格为3300万元人民币。此举不仅创出缅甸公盘的天价，还一举打破缅甸自设立公盘40多年来单件毛料的最高成交记录。

“实际上,这次公盘的玉石毛料无论在数量上还是质量上与往届相比都不算高，但不仅创出单件投标价格之最，还有12件投标价超过1亿元人民币，同样成为历届公盘之最。”参加此次公盘的王小骞介绍。

王小骞说,此次公盘,9157份玉石中有8886份成交,271份流标,有3成客商空手而归，没有投中玉石。投中玉石的客商,平均每人中标1.8份。“一般的中标价大概都超过标的价30–50倍。”

“上述情况说明,中标率在向大资金集中。”王小骞说。

事实上,2010年缅甸公盘的价格一直在持续推高。统计显示,3月公盘,玉石原料1万多份,成交价30多亿人民币;6月公盘,玉石原料1.2万多份,成交价70多亿元人民币;而到11月的公盘，玉石原料减少到9157份,成交价已达到89亿元人民币。

由于源头价格的暴涨，随着价格传导机制的作用，带动了整个翡翠产业各个环节的价格随之出现大幅攀升。

“很多原来被称作垃圾原料的低品相翡翠毛料,在去年价格上涨可能都不止一倍，更不用说好一些的原料。”云南瑞丽南亚珠宝店老板林先生表示,从自己珠宝店的情况看,半年前标价2500元至5000元之间的手镯,现在不出价4万至5万,肯定不会出货。而对上品翡翠,惜售之风更是像流感般地蔓延开去。

云南:水涨船高

1月12日,伴随着南方冻雨的阵阵严寒,在云南靠近中缅边境的腾冲荷花乡集镇中心的大街上,记者亲眼目睹了一幕难得一见的通过边境走私渠道进来的翡翠毛料交易的情景。

> 不同于其它玉石，翡翠具有产地的唯一性、资源的稀缺性及不可再生性，所以价格一旦走高就难以回头

几个皮肤黝黑身着笼基的缅甸人从一辆农用车上卸下七八个沉重的编织袋,打开袋子,将里面的翡翠毛料分成几堆当街摆卖起来。

由于这些毛料都是没有切开过的原石,最初围观的买家都很谨慎,然而,随着一堆30多公斤的毛料被一位买家在没有任何讨价还价以7000元的价格买走后，后面几堆很快就有了新的买主，且价格都达到万元以上。

附近街上一位翡翠雕刻作坊的李老板对记者说,刚才那样的原料,一年前不过是几百块一堆，现在已经涨到一般人难以置信的程度。即使是这样,也还要下手快。

被称为“中国翡翠第一乡”的荷花乡是翡翠之城腾冲最大的翡翠雕刻加工中心，在这里集聚了数百户雕刻加工业者，每天吞吐大量的翡翠毛料。

“由于翡翠毛料价格在一年内翻了几番，很多翡翠加工者都转向了原料价格相对便宜的黄龙玉,”在荷花经营翡翠雕刻公司的腾冲翡翠协会理事张在航说。

张在航说,其实,一直以来对这种赌石(未开过的翡翠毛料)的购买方式,一般翡翠加工商都很不接受,原因是风险太大。但是,由于价格上涨导致原料短缺的缘故，很多人不得不改变交易习惯。

刘先生是河南人,来瑞丽已经有五六年,现在水上乐园开有一间雇了7个工人的翡翠雕刻作坊。他表示,现在随着原料价格的暴涨,开过的毛料稍好一些的价格难以接受,于是就想通过赌石来碰碰运气,期待借此找到一点超值的东西。

他表示，风险基本上还是可控的,一方面卖价不是很高,另一方面多年从事翡翠加工,也有相当的眼力。

难以回头的价格

腾冲珠宝玉石协会副会长尹春林表示,由于价格暴涨,很多种水好的翡翠不仅价格一飞冲天，卖家也不愿意出手。

他从身后的保险柜中拿出几件分别属于玻璃种、冰种及糯种的挂件向记者展示说,类似种水好的上品,在今后已经成为稀有之物,轻易不会出手。

尹春林说,不同于其它玉石,翡翠具有产地的唯一性、资源的稀缺性及不可再生性，所以价格一旦走高就难以回头。

事实上，尹春林的上述观点,在翡翠业界具有广泛的认同度。瑞丽珠宝玉石协会常务副会长柯文聪更是直言不讳地表示,他不否认近期由于持续的飙升使翡翠价格集聚了一定的泡沫,但由于需求旺盛,加之原料的储量在不断减少,因此,他看不到“泡沫破裂的理由”。

“原来开采翡翠毛料是用锄头挖，再用背篓一点点地从矿洞里运出来,现在资源逐渐向大老板集中,采矿手段也实行机械化。据说,过去20多年来对翡翠的开采量，相当于300年来开采量总和的10倍。缅甸现存的资源最多只够开采七八年。”柯文聪认为,面对这样的情形,翡翠价格上扬自然有其内在道理。

此外，谈到价格飙升的另外一个因素,杜茂盛认为,首当其冲应归结于大量游资的介入。“这里面既包括山西煤老板,温州炒房客,还有各地的房地产商和大量不看好股市的资金。”

他表示,据他掌握的情况,腾冲一些翡翠高手就曾经被上述身份的人请去“长眼睛”(即辨识翡翠)。

王小骞说,根据他的分析,本届公盘明显可以发现大量游资的影子。

“从中标的玉石中就可以分析出来”,王小骞说,因为做生意的,必然要考虑和计算成本及利润，而游资囤货则“完全不用考虑这些”。

据中国珠宝玉石首饰行业协会预测,2010年,我国珠宝年销售额将超过2000亿元人民币。在珠宝消费中，翡翠玉石每年销售额约400亿元人民币。这个数字即使按照保守的估计,到2020年也将上升到超过1000亿元人民币，而资源却是不可再生的，这也难怪游资会瞅准机会参与翡翠的炒作。

此外,在工艺价格方面,随着时代的发展,玉石行业的加工工艺、人工费用等加工成本均较以前有较大幅度的上涨，这也在一定程度上促使玉石首饰涨价。

面对当前的翡翠价格行情,在瑞丽有很大社会影响力、作品曾经获得全国性大奖的国家级雕刻师王朝阳对本报记者说，像那件用近2亿元人民币得到的6公斤毛料,他自己将会“不敢下刀”,因为,以做3副手镯计算，每副的价格将达到6000万元以上，怎么从容地进行艺术创作“确实是个问题”。

王朝阳表示，针对翡翠价格的飙升,精品原料呈现天价的情况,他们近期一直在酝酿“翡翠精品按重量销售的交易方式”。

“在此之前早已有了先例,例如钻石、水晶以及红宝石不都是按照重量来销售吗？”王朝阳说。

谁是翡翠第一城：腾冲瑞丽之争

本报记者 杨兴云 腾冲、瑞丽报道

腾冲与瑞丽这两座城市都位于云南与缅甸接壤处，尽管相距只有100多公里,但在民族、气候、物产、风景等方面却是大异其趣。然而,在采访过程中记者发现,两地在开发建设方面有一大相同之处,即最新的大型建筑几乎全是与翡翠珠宝相关的市场,几乎所有的大型商品房都千方百计与翡翠珠宝扯上关系。

根据两地政府部门的介绍,两地目前分别已有翡翠珠宝市场20个，在建与规划建设的翡翠市场也都在20处以上。

在发展规划方面，瑞丽的目标是，努力打造中国最大的翡翠毛料交易集散中心，海内外知名的珠宝加工中心，中国最繁荣的珠宝交易中心，在国内外有影响力的珠宝文化研发传播中心，最具有异国风情和民族文化特征的珠宝旅游购物观光目的地。

腾冲县翡翠行业协会副会长兼秘书长段生固表示，腾冲县政府去年出台《关于加快翡翠产业发展的十条意见》,提出要在五年之内,把翡翠打造成产值达100亿元以上的支柱产业。

以翡翠价格的飙升作为催化剂，腾冲瑞丽两地原来一直暗流汹涌的“中国翡翠第一城”之争,逐渐浮出台面。

腾冲:曾经辉煌

从某种意义上可以说是腾冲人发掘并奠定了中国翡翠文化最初的基础。

“基本上中国翡翠界所有关于翡翠的名词术语,比如种、水、色等都是由腾冲人命名,再被行业认可并流传的。”腾冲县第一个宝玉石鉴定师、腾冲首任珠宝协会会长杜茂盛对本报记者说。

已经有三代经营翡翠历史积淀的杜茂盛向记者介绍,“腾冲是名副其实的翡翠之城”。在腾冲,几岁的小孩子都识得翡翠的好坏,并知道在遇到拆除老房子时去寻找历史过程中遗留下来,现在已经是不可多得的上品的翡翠“边角料”。

“早在500多年前,腾冲商人就首开翡翠加工先河。腾冲县县长杨正晓说。

“每年有2万多匹骡马穿行于腾冲与缅甸之间,缅甸珠宝玉石源源不断进入腾冲。”杨正晓说,当时,腾冲城内的“小月城”是珠宝商人的聚散地,铺面里红蓝宝石、翡翠雕件琳琅满目,高中低档货色齐备,被人称为“百宝街”。

腾冲地理距玉石产地只有358公里，加之得天独厚的地理位置,在相当长的历史时期,几乎成为缅甸翡翠进入中国的唯一通道,玉石交易量几乎占到全世界的九成。统计显示，1902年玉石进口量为271担,1911年增至628担,1917年达801担。

“当时的腾冲成为名副其实的‘中国翡翠第一城’。”杨正晓认为。

然而,上世纪50年代以后,闭关锁国的政策让腾冲边境贸易被迫停止,玉石的进口渠道也被关闭。整个翡翠行业陷入历史的低谷。

据腾冲翡翠产业办有关人士介绍,1981年开始恢复了边境小额贸易，腾冲翡翠产业得以再次出现生机。1996年玉石进口达到改革开放以来的顶峰，进口量达34.8万公斤,进口额达1.4亿元，约占当时全国进口量的70%。

然而,缅甸政府出于抑制民族武装和严控偷逃税收、减少走私的目的,2001年以后，要求翡翠毛料必须以大宗贸易的方式从当时的首都仰光走海路出口,同时禁止毛料从陆路运往各边境口岸。此举导致云南玉石进口渠道严重受阻,腾冲玉石进口额每年以3000万元的速度下滑，整个行业自此“一蹶不振”。

腾冲的翡翠毛料进口失去了源头优势之后,仅仅依靠走私渠道,不仅翡翠毛料数量少,同时品质也不高。

目前,腾冲翡翠产业的销售额仅有不到20个亿,尚不到全国的1/30。

段生固表示,腾冲目前正在准备与缅甸方面协商,争取与缅甸方面合作在腾冲设立玉石毛料公盘市场。

后来居上的瑞丽

“上世纪90年代以来,瑞丽市制定了大力发展珠宝产业的目标。”瑞丽市宝玉石协会常务副会长柯文聪表示。

1998年3月,缅甸政府正式与瑞丽一街之隔的木姐市开通翡翠陆路出口通道,允许缅甸翡翠毛料以边贸方式进入瑞丽。

接下来,2000年8月，国务院批准瑞丽姐告边境贸易区实行全国唯一的“境内关外”特殊监管模式。

据姐告边境经济贸易区管委会办公室杨晓梅介绍,瑞丽市充分利用“境内关外”特殊监管模式,使翡翠玉石集散地的功能迅速扩大。

现在在瑞丽有来自缅甸、泰国、孟加拉、新加坡等10多个国家的珠宝商人从事经营，翡翠经营和加工的商家接近5000户，从业人员达3.5万人，预计2010年的年产值超过80亿元。

目前,瑞丽翡翠已经形成了姐告玉城毛料批发交易市场、华丰珠宝加工工业园区、瑞丽珠宝一条街、姐告中缅街和新东方珠宝城等5大珠宝市场及一个翡翠毛料公盘。全市共有大小珠宝加工厂800多家、珠宝店铺1000多家,从业人员6000多人。

海关统计数字显示,在缅甸每年平均2万吨左右的翡翠毛料出口量中,约有6000吨流入中国。其中,通过瑞丽进入的占4000吨。

“现在不仅国内广东的平州、四会、揭阳、河南的镇平、南阳等较大的玉石加工中心到此购货，就连美国、日本的客商也纷纷来到这里。”杨晓梅表示。

在这样的大背景下，瑞丽翡翠一跃成为全国4大珠宝集散地之一和全国最大、最早的缅甸翡翠交易市场。

赶超

虽然早在2005年，腾冲就被亚洲珠宝联合会授予“中国翡翠第一城”的称号,然而,柯文聪认为,“腾冲和瑞丽根本没有可比性,因为腾冲无论在哪方面都差距实在太大。”

柯文聪说,近几年,瑞丽不仅相继建设了瑞丽珠宝街、姐告玉诚毛料交易市场、姐告中缅街、瑞丽华丰珠宝市场、瑞丽水上娱乐园珠宝市场。

“更为重要的是,瑞丽还采取措施,极力促进珠宝玉石市场经营主体多元化,允许国有、私营企业和个体工商户开展珠宝经营,允许来自周边国家的外国籍自然人从事珠宝经营,纳入个体工商户管理和备案登记管理,享受准国民待遇,确认其市场主体地位，规范市场经营主体准入行为,为珠宝经营营造了宽松的发展氛围。”柯文聪表示,而在这些方面,正好是腾冲完全“无法企及的,最为致命的软肋”。

此外,还建立了珠宝市场经营主体违法行为备案、违法行为公示、重点监管、先行赔付4项制度。

事实上,腾冲县政府有关负责人在谈到腾冲的差距时,也承认制约腾冲翡翠产业发展的问题没有从根本上得到解决。“交通、口岸等问题正在逐步解决,但翡翠毛料进口的机制仍然没有理顺,运输风险和成本没有降低。翡翠加工上,腾冲从业人员总量不少,但较分散、不集中,缺乏规模化、上档次的翡翠加工企业,导致整体加工实力不强、规模偏小。市场建设上,县内20个市场遍地开花,分散经营，市场的主体和产权在个人,没有形成产业聚集效应,旅游购物市场之间不正当竞争和恶性竞争影响‘腾冲翡翠’品牌的声誉和产业的健康发展。”杨正晓表示。


以翡翠价格作为催化剂,腾冲瑞丽两地之争浮出台面 IC/供图

杨正晓认为,产业融资上,由于翡翠产业具有投入大、风险高、难于形成大宗固定资产等特点,决定了翡翠从业者必须具备相当的经济实力,但目前翡翠企业和加工经营户大多资本薄弱,没有能力筹措更多的资金再投入,“发展资金严重不足,已经成为制约腾冲翡翠产业发展的重要因素之一。”

针对存在的不足,腾冲已经做出相应的解决办法。“当前的重点是:依托荷花旅游小镇的打造，尽快规划建设一个翡翠毛料交易中心;同时在腾冲境内的国家级猴桥口岸边民互市区规划翡翠毛料交易市场,而腾冲县城作为翡翠专业市场将进行提升。”

那些被影响的翡翠加工者

本报实习记者 黄浩明 记者 杨兴云 平洲报道

经销商的困惑

“我们这些做中低端翡翠零售生意的是越来越难活了。”面对翡翠毛料涨价,常年经营黄金饰品、翡翠饰品的零售商老汪感叹道。

“今年翡翠成品的价格涨得太快，无论我们从品牌加盟主那里拿货，还是用其它的渠道向批发商进货,都有些难以承受。”老汪说。

他指着包里刚进的一批翡翠手镯,“这款式、玉质的镯子年初进货价也就在1000元左右,到年末基本翻了一番,飙到了2000元。广州玉器街那边的价格是一月一变。”

“许多老顾客都问，同样的东西,价格一年内为何翻了那么多,我解释称毛料涨,成品价也跟着涨,不过顾客对这说法并不买账，他觉得现在买镯子吃亏，生意一下子差了很多。”

“对于我们这类百万规模的零售商而言,毛料成本一时无法转嫁给消费者,又没大笔资金去囤新货,不少同行在去年关门。如果翡翠今年还这般高涨,恐怕我也要步他们后尘。”老汪说。

据中国珠宝玉石首饰行业协会资料显示,2000年到2009年,翡翠价格平均每年涨幅约为18%。2010年年初至年中,普通翡翠涨幅接近30%。

涨价中的机会

“去年翡翠毛料猛涨,对玉器市场冲击很大,但对业内老手而言,这里同样蕴含更多的机会。”专营翡翠的玉之缘珠宝店老板阿强向记者表述了另一番观点。

“对行内老手而言,2010年的收入显然比往年好得多，因为他们基本有毛料库存和成品库存，跟着市场整体溢价就能获益，而且大量新手的涌入，在成品市场上让老手操纵利润空间的余地更多。”阿强称。

“在翡翠这个行当,新手总是向老手支付大量学费后，才能真正入行,忽悠是常态。”另一位平洲玉器街开铺子、年销售额千万左右的老板老黎向记者打趣道。

“新手炒高了价格,老手跟进,新老结合，翡翠行当炒到让大伙都看不懂。”在老黎的眼中,去年翡翠行当就是一个大家“炒”的过程。

“囤货的新人多了,我们老手自然也推波助澜，大家一起把价格推上去了。”之后,越囤越贵,越贵越囤,成了一个循环。

腾笼换鸟

对于当下翡翠毛料上涨引发的不少翡翠企业困境，中国商业联合会珠宝首饰委员会执行会长何乃华有另外一番看法。

“昔日翡翠一热,大伙都涌入这个市场,良莠不齐,往往出现老手忽悠新手,新手忽悠外行的情况,如今随着原料上涨多带来的行业连锁反应是件好事，这是个优化行业环境的过程。”何乃华称。

他指出,“翡翠本身拥有增值收藏和装饰双重功能，但去年大伙关注点都落在翡翠的保值增值功能上,忽略了装饰功能,而现在由于毛料上涨,中高端毛料奇缺,逼着企业主把目光转到装饰功能上。”

“不少翡翠企业在低端翡翠产品的装饰功能上思考得并不多，在中高端产品原料稀缺的现状下,普通料子上涨的情况下,不得不逼迫其强化低端产品的设计理念和做工款式，吸引更多的消费者把目光从保值收藏功能向装饰功能转过来。”

对于翡翠毛料继续一路上涨所带来的风险问题,何乃华表示,炒作的游资会撤离这个市场，温度会降温的。

梁晃林则表示,现在这情况,通胀，热钱等各种因素一股脑儿进了这个市场,翡翠毛料想跌不可能,而中高端的毛料能狂涨到什么程度,也很难预测，这个过程比当年疯炒的普洱还疯狂，最怕最后大家都落得个血本无归的下场。

普通料子的上涨短期看似给行内整体溢价带来利润上的收益,但长期来看，普通毛料制作的翡翠成品不具备明显增值作用，如果毛料价继续涨，导致成品价涨到普通消费者不愿意承担的幅度，那对多数普通商户是毁灭性打击，毕竟多数普通翡翠饰品是装饰纪念作用,而非收藏保值作用。“老黎对未来翡翠市场前景也不无担忧。

用句揶揄的话来描述当下翡翠市场,它就像另一版本的房地产,刹不住车,只能一路向前,不知何时撞上山丘,跌个粉身碎骨。

从虎妈看我们对教育的误解

本报评论员 殷练

名校才女教授，一双漂亮的混血女儿，严苛辛辣的育儿经……这一串符号，注定会在跨国文化的隔阂和反差中不断发酵，令美国华裔虎妈一炮走红，成为远隔重洋的两个国度里共同关注的火爆话题。

的确，教育，不管是东方还是西方，从来就是一个全社会广泛关注的话题，人人对此都有话可说，甚至可以说到滔滔不绝。一直以来，无论有识之士怎么呼吁，中国教育似乎都冲不破“轰轰烈烈的素质教育，扎扎实实的应试教育”状况，家长们对校园内外那种对学生压得喘不过气的高强度考试、密集培训班、成堆家庭作业等做法都深感揪心，为孩子们捏着一把汗。但是，在去年12月公布的《学生基础能力国际测评项目(Program for International Student Assessment，PISA)》的测试结果中，美国学生的成绩竟然处在中游，阅读能力排第17，科学第23，数学第31，总体成绩第17。来自上海的学生大获全胜，以上3项测评都位居第一。这时，大家又似乎为中国教育的改革成效找到了证明和依据。现在美国虎妈的横空出世，其对中国式严苛家教的成功描绘，更是让一些人松了口气，终于在对照中明白，我们不必再纠结，连美国人都羡慕起中国式教育来了，我们还有什么必要去改革？

这其实是建立在我们对美国教育的误解之上。

首先，在这场热论中，我们看到的其实是，美国人的危机意识似乎是与生俱来的，他们总是惯于把对手的实力想象得比实际拥有的更为强大。奥巴马总统在去年12月的一次有关教育的讲话中就提醒人们，美国现在已经处在像前苏联人造卫星领先上天的时刻一样，教育落后的现实让美国人感到羞辱。而虎妈的强势宣言，再次刺激了美国人的神经，认为西方式教育受到了东方式教育的挑战，难怪《华尔街日报》的文章会以“为什么中国妈妈更胜一筹？”为标题。尽管也有不少人对虎妈说“不”，但西方媒体显然在这个话题上更多的是反思与检讨。从来没有像这次的热论一样，东西双方都一致对对方的教育模式投以羡慕的目光。

其次，虽然一直以来，国人对西方人特别是美国人的鼓励式和宽松式教育模式颇为羡慕和欣赏，并以此为据批评中国式教育的种种弊端，认为美国的学校教育宽松自由，尊重个性，没有升学压力，更没有密集考试，甚至少有家庭作业等等。

但国人并不真正理解美国教育。两国教育方式背后是深刻的教育理念和教育体制的巨大鸿沟，双方的观察都有雾里观花似的偏颇之处。当我们走近美国教育之后，你会发现实际情况并不完全像国内想象的那样。他们的学校教育也有严格规章，作业成堆、考试不断、竞争激烈等等。

我女儿曾在北京最有名的一所中学读了三年，如今正在美国一所公立高中就读，两边学校教育的差异，她深有体会。仅仅上了一学期课后，她就回家宣称：“今后谁要再跟我说美国的中学没有作业，我就跟谁急。”她每天3点放学后都带回大堆的家庭作业，和她的同学们一样，每天都需要花费不少的时间在这些家庭作业上，周末更甚。而这些作业更是花样翻新，有写项目设计的、调查报告的，有做PPT演讲陈述的，还要求表现元素多样，绘画、图表自不能少。学校里的学习也并非像国内时想象的那样悠闲自在，老师的指导和督促无时不在，甚至还有更严厉的做法，比如，为了不让学生在较多的闲暇时间玩耍、打闹，课间只有5分钟休息时间，而每门课都得换教室，老师的教室是固定的，学生上课找各科老师，每个学生都得在这5分钟之内紧张地穿梭在不同的教室之间。每周有大考小考，每一门考试成绩都直接关系着今后的大学录取……

但可以说，即使这些状况也都只是美国教育的表面现象；正如虎妈的中国式严苛家规也是表象一样。作为熟知虎妈家规并运用自如的中国妈妈们，我们并不应该有了虎妈所描绘的所谓“中国式家教”的“成功模式”，就理直气壮，盲目“拷贝”。首先，虎妈的严苛模式仍然是在美国教育理念的大环境下，加之优越的家庭环境，她的个案并无多大普遍性。这让人想起几年前一本叫“哈佛女孩刘亦婷”的类似育儿经书，也是火爆一时，洛阳纸贵，但最终能拷贝成功的又有几人？其次，作为中国妈妈，我们更应深究的是，中国教育究竟缺失了什么，我们的孩子缺失了什么。

举个例子，也许能对我们的探究有所启发。

女儿在美国学校的世界历史课不久前讲到了西方启蒙运动，老师在简短的背景介绍之后，便让二十几个学生一起做起了游戏。她给学生假设了一个场景：学生们因轮船事故被困到了一个荒岛上，不幸的是，老师全都遇难，二十几个人必须组织起来开始寻找生存机会。于是讨论开始了，老师问，你们要怎么办？学生答，首先得选出一个领袖带领大家行动；又问，一个领袖行吗？你们认为几个合适？为什么？学生们回答热烈，有选一个的，有选多个的，有说轮流当的。讨论深入下去，每个学生都兴趣高昂。他们思索着、相互探究这个小社会的生存之路，会出现什么样的危险，该怎么去合理组织，建立什么样的规章制度，这些制度会出现什么样的缺陷等等。几次课的时间，在老师的带领下，学生们竟然建立起了一个与启蒙思想家们设计的政治纲领和社会方案相类似的平等、民主、自由、法治的小社会。通过这样的历史课，那些抽象的普世价值等观念从此深入孩子们的心灵。女儿告诉我说，有了这样的历史课，国内那些花了无数个夜晚抓耳挠腮、死记硬背的历史知识竟然一点都记不起来了。

不管是中国式还是美国式，教育的宗旨和理念应该是共通的，那就是激发孩子的想象力和创造性思维，培养独立思考和无畏的探索精神，身心健康，快乐成长。作业多不算弊病，怎么做、做什么才是关键。虎妈以及所有的育儿经都用不着盲目拷贝，每一个家庭教育的成功都只是个案，一花一世界，一孩子一模式，倒是虎妈引发的这场对东西方家教的重新审视具有独特的价值。

视点



漫画 /Cagle.com

房产税是个试金石

本报评论员 吕尚春

房产税落地了。1月27日，重庆和上海几乎同时宣布自次日起试点开征房产税。此前国务院刚刚发布了新的房地产调控政策，限购范围扩大到省会城市，并要求各地一季度前上报房地产价格调控目标。

新年伊始，房地产调控即以疾风暴雨之势拉开序幕，可见决策部门调控房价的决心，也可见去年以来的房地产调控，并未达到预期目标。一系列调控政策中，房产税被寄予厚望，不过开征之后，国务院三部委的解释中，只字未提房价。不知道这是公众的误解还是所谓专家学者的误判。

不过，至少在我们看来，房产税本该是一个试金石。它本该是政府与公众良性互动的结果，本该遵循恰当的程序，经过充分的讨论，使其于法有据，也合乎情理。如今，房产税落地，遗憾也就难免。

对房产税的质疑不是没有，也不是始自今日。比如说，数天前广东省政协会议上，就有政协委员指出：房产税出台缺乏法律依据。不过财政部有关专家回应称：房产税是试点，改革试点不需要立法。

房产税到底有没有法律依据？三部委在答记者问时说，1986年国务院颁布实施的《中华人民共和国房产税暂行条例》规定，对位于城市、县城、建制镇和工矿区范围内的房产每年征收房产税。由于房产税开征时，我国尚未进行住房制度改革，城镇个人拥有住房的情况极少，而且居民收入水平普遍较低，因此，《暂行条例》规定对个人所有的非营业用房产(即个人自住住房)免税。

所以，严格仅就现有法规来说，开征房产税，首先要做的是修订上述条例。虽然国务院常务会议确实同意部分城市进行房产税试点，似乎有政府决定作为依据，但是1986年的《暂行条例》并没有修改，如果要开征房产税，正常的程序，首先应该是修订法规，取消对个人住房免税的条款，既然法规还没有修改，重庆和上海的做法，虽然获得了同意，但也有违法违规的嫌疑。

如果抛开现有法规来说，疑问可能更大一些：房产税真的是恢复征收吗？正如三部门答记者问所说，1986年时，中国人大部分是没有自己的住房的，对于那时候没有的东西当然不可能征税，但是，能因为现在有，就说这只是恢复了一个税，而不是新增了一个税吗？新增税收，不是应该通过立法程序协商讨论吗？

税收从来都是一种契约关系的体现。公民纳税，是让渡财产权，由此需要换得相应的服务和保障。所以一种税要不要收，怎么收，收了以后怎样用，从来都需要政府与公众间经过充分的讨论并达成共识。而且，中国的房产税跟世界各国普遍征收的财产税恐怕并非一回事——我们的房子的土地使用权只有70年，70年之后的事情，现在还没人能说得清楚，既然如此，不能一句世界通行就算了吧？

在任何一个法治国家的法律体系中，如果一种赋税不经过国民或其代表的同意，则不能征收，否则就是违法或无效的，许多国家在税收问题上，都恪守“无代表不纳税”的做法。因此在多数国家，通常都把税收立法权严格控制在立法机关手中，而不将它授予行政机关。《日本国宪法》第84条规定，课新的租税、变更现行的租税，都需要满足现有法律或法律规定的条件。

中国法律制度尚不完善，房产税试点的上位法是空缺的，这是实际情况。按照我国《立法法》约定，对非国有财产的税费征收，只能制定法律，而尚未制定法律，也需由全国人大授权国务院制定行政法规。退一步说，既然有相应的行政法规，为何不能先修订法规，再行征税呢？重庆市官员说，今年能够收到的房产税不过1亿多，政府不指望这个钱。但这根本不是钱的问题，政府拿百姓一毛钱，不是都应该有个交代吗？更何况，谁都明白，房产税将来是地方政府的一大税源呢！

我们并非反对征收房产税，我们也认为房产税的开征会是完善税制的一部分，我们也赞成通过对事权和财权的划分，使地方政府能够获得稳定的收入，以更好地服务于一方百姓。不过，任何一种税收都不因其目的的正当性而获得必然的合理合法性。坦白说，相对于种种技术上的辩白，我们更看重程序正义，更在意植根于所有官员心中的法律至上和公民权利第一的意识。

房产税本该是这样一个试金石。

达沃斯论坛内外的中国与世界

本报评论员 丁力

达沃斯是瑞士东部的小镇。在这个冬季滑雪胜地，一位管理学教授开办了世界经济论坛。大概顺应了世界对非正式言论的需要，论坛成长良好。各国商界和政界的要人们汇聚一堂，各自发言。

1月26日，本年的达沃斯论坛开幕了。会议代表多达2500人，35位政府首脑可能到场；众多记者与好事者包围着他们。小镇上的客人数量相当于一个满员的步兵旅，熙熙攘攘的景观在中国农村也只有在赶集的日子才可见到。这些代表们大都是人物，平时也有充足话语权，只要他们想说，就不缺乏听众。在场外，记者忙着整理各种发言，当作新年趋势的晴雨表。因此，在年初的新闻淡季，达沃斯论坛成了一年一度不大不小的新闻事件。

达沃斯论坛在中国的影响度似乎尤其大。这大概是因为中国人急于对外国人发言，急于表现出国际化的样子；而且，参加会议是中国官员的职业特点之一，报道会议是中国媒体的最强项。在今年的论坛上，中国最关心的议题是“中国崛起”。1月27日《参考消息》的头条是《达沃斯论坛热议“中国崛起”》，显示了该报的一贯风格。这次中国派出的最高官员是一位部级干部(商务部长)，不是往常的副总理级领导。这也可以作为“中国崛起”的一个旁证。

当然，不可能全世界人人都关心“中国崛起”，他们有自己的议题。

金融家乔治·索罗斯曾经成功地狙击英镑。现在他再次看中了英国。他在26日的论坛上说，下一年的财政紧缩将让英国经济重新陷入衰退。他认为，英国政府将不得不修改计划。曾经预告过次贷危机的鲁里埃尔·鲁比尼也说，英国经济仍然有“二次探底或长期停滞的风险”。鲁比尼还说，因为希腊、爱尔兰等国的主权债务危机，欧元区是对全球经济的重大威胁之一。

在1月24日莫斯科机场的恐怖袭击之后，俄国总统德米特里·梅德韦杰夫把他在达沃斯的停留时间缩短为几个小时。他的目的是吸引外资到俄国。俄国刚宣布了一些国有资产的私有化。他在26日的演讲中承认俄国在法制建设、经济和社会发展上有许多困难，但也取得了进步。

法国总统尼古拉·萨科齐是去年达沃斯论坛的明星，当时他说了一些被认为不太现实的话。法国没有放弃建立新的国际货币体系的努力。本月27日，在达沃斯这个清谈场所，萨科齐说，G20不应是清谈俱乐部，其正当性取决于它的“决策能力”。G20是20个国家首脑的论坛，法国在去年11月成为G20的轮值主席国，主席希望的决策是建立新的国际货币体系。

据报道，英国首相戴维·卡梅伦、德国总理安吉拉·默克尔、美国财长蒂姆·盖特纳也将赴会。到本报截稿时，还没有关于他们的消息。他们说过很多类似的话，读者错过一次算不上损失。春节就要到了，很多中国人还在回家的路上，不会有很多人关心他们为本国政策辩护的话。

日本人性格内敛，很少是国际会议的活跃分子，而经济表现不佳更使他们不便给别人上课。1月27日，标准普尔把日本的主权债务评级降为AA-，与中国同级，比最优低了三级。这两个国家都依赖政府投资来刺激经济。美、法、德、英等国的评级是AAA。日本的债务相当于GDP的204%，陷入债务危机的希腊才只占137%。

不管怎样，中国的经济目前的表现还不错，确实在“崛起”。但是，中国的社会潜伏着很大的危机。参加论坛的中国企业家们期望进行社会改革。据报道，这次民营企业家们很活跃。

达沃斯论坛上的各种发言确实有些意思。但这些天还有更重大的新闻，例如科学发现。猎户星座的参宿四是距离地球640光年的恒星，它即将耗尽能源，坍塌爆炸成为超新星。到时在地球上将能看到两个太阳。这颗恒星爆发对地球没有危害，火山就不一样了。美国黄石公园的地下超级火山正在快速上升，可能发生60多万年来的第一次大爆发，美国将受到严重打击。但科学家们不知道具体时间。恒星爆炸和火山爆发可能在今年，也可能在很多年以后。

与自然界相比，人类社会更难以预测。在高压下，有些社会处在爆发的边缘，另一些已经爆发，爆发前没有警告。当富人和贵人在达沃斯高谈阔论的时候，本月从突尼斯开始的“非洲模式”正在向其他国家扩散。北非的突尼斯人推翻了他们的独裁者之后，埃及、也门也出现了抗议，并已经持续多天。25日，埃及多个城市爆发20多万人的示威游行，要求30年总统穆巴拉克下台，并且不要把职位传给他的儿子。也门总统萨利赫在位时间比穆巴拉克更长。街头的发言者不如论坛的发言者那样舒适和安全。埃及的一些抗议者被逮捕，但组织者说，他们将继续为“生存、自由和尊严”走向街头。

达沃斯是世界经济论坛。但很多时候，经济是次要的；更多时候，经济不能独立于民生和民意。

告别丹尼尔·贝尔

本报评论员 李翔

91岁的丹尼尔·贝尔于1月25日在剑桥的家中去世，他曾是这个世界上最重要的知识分子之一，代表着20世纪社会科学领域人类智力的高峰。

他在1960年出版《意识形态的终结》，宣称曾经驱动全球政治运动风潮的意识形态已经不再能扮演驱动力的角色，此时距离共产主义在全球范围内的衰败还有将近30年。1973年丹尼尔·贝尔出版了《后工业社会的来临——对社会预测的一项探索》，在这本书中贝尔提出了后来广为流传的“后工业社会”的概念。在1976年版的前言中，贝尔说：“我反对把出现的这些特征试图标定为‘服务业社会’或‘信息社会’或‘知识社会’，即使这些要素都在，因为这种名称是片面的，也许是为了追求时尚而加以曲解。”事实证明贝尔这种前工业社会、工业社会和后工业社会的划分是最为稳妥而且时至今日仍不过时的对人类社会的理解。1967年时，他预测了互联网的兴起，他在那时写道：“我们可能将会看到一个全国性的计算机联网系统，人们在家中或办公室中登录这个巨大的计算机网络，提供和获取信息服务、购物和消费，以及其他诸如此类的行为。”

他最著名的三本书应是《意识形态的终结》、《后工业社会的来临》和《资本主义文化矛盾》。其中《意识形态的终结》和《资本主义文化矛盾》曾经入选《泰晤士报文学增刊》评选的二战后全球最重要的一百本图书。《资本主义文化矛盾》想要揭示的是美国资本主义内在的紧张，也就是马克斯·韦伯所宣扬的资本主义发展的文化基础、崇尚努力工作和艰苦创业的新教伦理和随着资本主义发展所兴起的消费文化与享乐主义之间的矛盾，“新教伦理和清教精神作为社会事实，早已被侵蚀蛀空了……与其说它是现实的行为规范，不如说是道德家用来劝世喻人，或是社会学家用来编织神话的材料。事实上，正是资产阶级经济体系酿成了传统资产阶级价值体系的崩溃。”《后工业社会的来临》则被公认为是未来学领域的经典著作，它和托夫勒的《第三次浪潮》以及奈斯比特的《大趋势》一样，引领了未来学的风潮，并且在世界范围内激起巨大反响。

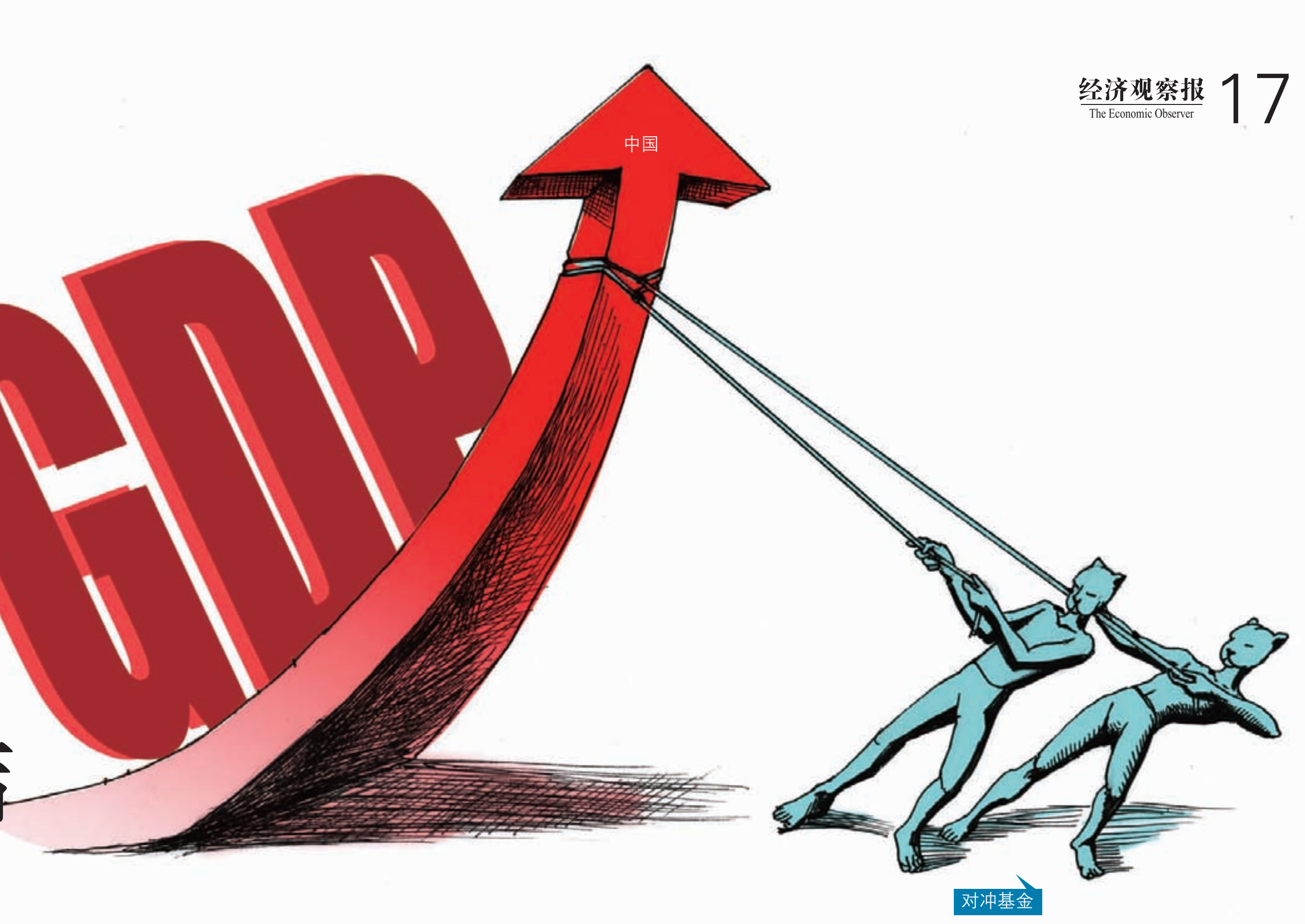
我所罗列的这些惊人的智力成果，还仅仅是丹尼尔·贝尔所获得的众多智力成就中最容易被人注意到的那些。在丹尼尔·贝尔活跃的年代，人们还信奉百科全书式的知识分子，人们相信智力活动并没有固定的疆界，知识分子们习惯于在学院和大众之间自由切换，也习惯于将自己的视野扩大至多个领域，而不是仅仅局限于某个专门的学科。丹尼尔·贝尔的兴趣领域就包括社会主义在美国的失败、当代文化的焦虑、资本主义从工业社会到消费社会的转变以及有组织犯罪的组织模式变化等。他曾经是《财富》杂志的一名编辑——同样兴趣广泛的百科全书式的彼得·德鲁克也曾经供职于《财富》，后来(1965年)和他在纽约城市学院的同学埃尔文·克里斯托等人共同成立了一本小众的知识分子杂志《公众利益》。2005年《公众利益》杂志停刊时，《纽约时报》受欢迎的专栏作家戴维·布鲁克斯写道，还从没有一本杂志如此深刻地影响了美国的国内政治。由于《公众利益》杂志众所周知的保守主义立场，很多人将丹尼尔·贝尔视为一名保守派，但是丹尼尔·贝尔更乐于这样描述自己，他称自己是“一个经济上的社会主义者，政治上的自由主义者和文化上的保守主义者”。

我们可能再也看不到一位能够在严肃的著作中灵活地引用福克纳、康拉德、尼采、霍布斯、马克思和《圣经》的学者——这会被认为仅仅是一名专栏作家的轻佻举动；看不到兴趣如此广泛同时又拥有如此巨大的影响力的学者，能够同时在大众和学员中获得巨大认可；看不到一个积极投身社会传播和媒体，试图影响国内政治的知识分子。告别丹尼尔·贝尔的同时，我们告别的是一种深刻和广博的传统。我们早已迎来了这个时代，我们以为偏狭即是深刻，把广博视为浅薄，同时又把每日的浅薄错当作智力生活。

市场 Market

编辑:郭宏超 E-mail:guohongchao@eeo.com.cn 美编:刘敏 2011.1.31

首选房地产
“做空中国”势力外围集结



本报记者 欧阳晓红 田芸 北京报道

叱咤风云的国际对冲基金大鳄再次“放话”做空中国。美国“空头大师”詹姆斯·查诺斯(James Chanos)正募集资金对赌中国房地产,称将比迪拜“惨1000倍”。

虽然境外机构看空中国经济的言论从未消停过,只是并未得逞。但这次,美国一些保持优秀投资记录的基金相继发行了特殊基金试图从唱衰中国经济中大赚一把。

这些对冲基金以“投资过剩、资产泡沫、通胀、流动性紧缩”作为做空中国的途径,利用港股、美股、大宗商品和金融衍生品“绕道”做空。金融行业一位监管层人士认为,国外对冲基金做空中国对实体经济影响甚微,“但其逻辑却可成为中国经济发展的一面镜子,从中获得警示。”

“高调”的空头

查诺斯被称为“镜中巴菲特”,他最喜欢的策略就是寻找被市场高估的投资对象,然后迅速发起攻击直到挤碎最后一个泡沫,这正和巴菲特寻找价值洼地、长期投资的策略形成了相反的镜像。

这位当年曾成功打垮安然公司的“镜中巴菲特”这一次锁定的目标是被许多人看作全球经济引擎的中国。

“查诺斯又在高调散布他的言论!”美国一家证券交易所高层人士说,每次攻击目标之前,借助媒体的力量大举唱空已经成为查诺斯惯用的伎俩。

查诺斯宣扬,近期他募集了2000万美元的离岸基金,对赌中国房地产泡沫破裂。“中国繁荣的房地产市场将以比迪拜惨1000倍的方式终结。”查努斯说,一年之前他就开始了做空中国的布局。

查诺斯的同道中人还有41岁的苏格兰对冲基金经理休·亨德利(Hugh Hendry),在去年5月中旬就抛出了“中国经济即将衰退”的言论。

亨德利已经发行了看空中国经济的特殊基金——中国“问题”基金(distressed China fund),该基金颇似巨灾保险。如果中国自身的竞争力下降,该基金投资者将会获得成倍的回报。

> 对冲基金唱空中国也是一种常态的投资行为,但这么多年来从未兑现过

此前,考瑞安特公司(Corriente Advisor)的马克·哈特(Mark Hart)亦设立了一家看空中国的基金,他认为中国并不是全球经济增长的发动机;相反,中国目前正深陷巨大的风险。这位做空者曾因次贷危机和欧洲主权债务危机,而获益颇丰。

事实上,也有一些对冲基金经理认为,这些“空军部队”释放出来的声音远远大于他们的实际力量。

“‘空头’的声音很容易被媒体放大,他们就是要利用这种放大的效应,这是他们能够得手的重要战术。”中国对冲基金中心首席执行官锐衍说,“事实上据我们监测,针对中国,做多的基金还是占多数的。”

“如此行径再正常不过,即便是一些更著名的对冲基金大佬也曾尝试做空中国,但都没有得逞,基本都是亏一把后赶紧就撤了。”1月26日,华尔街的一位投行人士说,对冲基金唱空中国也是一种常态的投资行为,但这么多年来从未兑现过。

渠道和逻辑

“中国的资本账户并未完全开放,国际对冲基金能够使用的做空渠道非常少。”法兴银行中国经济师姚炜说。猎杀在H股和美国上市的中国公司,是这些大腕们最容易使用的手段。“这是成功率最高的一种手段。”锐衍说,像查诺斯这样的空头基金近期对“中国概念”股集中调研,抓住把柄后配合媒体和监管机构进行打击,甚至造成了许多企业退市。

近一年来,在美股上市的中国企业频频被曝“后门上市”丑闻,招致美国证监会的大面积调查,绿诺国际、旅程天下、博润、东方纸业等公司均遭遇过猎杀,股价暴挫40%至60%,甚至最终被勒令退市。

查诺斯近日暗示,其做空中国的操作手段是做空中国房地产个股和相关板块。“港股正好提供了一个做空中国房地产的渠道。”上述美国一家证券交易所高管称据第三方机构Data Explorers提供的数据,目前香港证交所里最常被做空的10只股票中,三只都是地产股。

做空中国的另一个渠道是做空大宗商品类的公司。许多专注于能源、资源的大型跨国企业目前最大的客户都是中国。一些对冲基金通过做空澳元来实现做空中国,因为澳大利亚是中国大宗商品的重要供应商。

休·亨德利采用的手段似乎更为“另类”。他大举买入日本一些大企业债券的信用违约掉期。这些企业包括新日本制铁公司、JFE钢铁公司等,都是受益于中国建筑业的大企业。

外汇市场也有利用衍生品对赌中国的行为出现。据了解,有对冲基金在香港NDF(人民币无本金交割远期)市场上,已经以期权方式投资几千万美元做空中国市场,令人匪夷所思的是,有基金赌升值通道中的人民币对美元一年后会贬至7.8。

“NDF基本是一个假的市场,几千万美元在衍生品市场上基本不值一提。”美国那位交易所人士指出,目前外资很难参与中国境内的衍生品市场,而离岸市场和中国相关的品种的规模都非常小。

有望在今年春天进入中国股指期货市场的QFII,按照证监会要求,短期内只能进行有限额度的套期保值交易,并且不能利用股指期货在境外发行衍生产品。“但是区分套期保值和其他类型的操作,一直以来都是颇难实现的监管。”亚洲期货业协会执行董事郎若斯说。

虽然做空渠道上并无新意,但他们对中国经济的判断逻辑值得注意。法兴银行中国经济师姚炜表示,她所接触的海外机构里,半数以上都较为担忧中国通货膨胀和经济硬着陆的风险。“今年经济的风险不是下行,而是经济过热、投资过度。”姚炜说,如果2011年政策不能良好调控过热风险,2012年中国经济可能存在硬着陆风险。

2010年底,美国一家网站公布了我国河南省郑东新区的卫星图片,并从图片上判断,这只是“一片空屋的堆积”,可能是中国最大的“鬼城”。事实上郑东新区入住人口已达32万人。

但是这些都成为海外对冲基金做空中国的依据,亨德利认为,中国已现“产能过剩”征兆,而固定汇率制度带来的产出增长,将引发资产泡沫以及随之而来的价格暴跌。

姚炜认为信贷风险也是接下来要解决的,“今后3到5年正是刺激计划项目贷款还款的周期,如果到某一个时点经济过热太严重,这些投资会产生坏账风险,从而引起经济硬着陆。”

警示

国家外汇管理局官员向本报表示,国际头寸表中记录了外商投资企业的利润,如果真的出现问题,按国际惯例,当发生极端情况时,则可以外汇管制。

表面看来,“投资过剩、资产泡沫、通胀、流动性紧缩”等负面因素似乎足以支撑国际对冲基金看空中国,但经济学家谢国忠指出,这些理由是割裂的,并不会产生连锁负面反应,因此,上述做空因素不成逻辑。

谢国忠认为所谓对冲基金做空并不会对中国构成威胁。

谢国忠解释,由于体制不同,可能外国人不懂——中国的信贷,基础设施、出口、消费等相互之间的影响并不大。就像中国的房地产是少数人玩的游戏,与普通老百姓无关。而美国信贷、消费、房地产都是联动的。

“他们并不真正了解中国,亚洲经济并非真正的市场经济,尤其中国政府不会任由危机出现。”谢国忠说。

谢国忠认为,也不宜给中国经济定调,如“非黑即白”,因短期、中期、远期各有不同,无法用好与不好去描述;其实,“中国的核心问题是内部分配机制和外部的国际货币体系。”他说。

“虽然有很多挑战,但总体上还是看好中国经济基本面。”摩根大通银行(中国)有限公司行长贲圣林表示。1月25日,摩根大通发布的中国经济2011年展望预计,2011年中国实际GDP增速将达到9.6%。但预计2011年CPI平均同比增幅将达到4.6%,高于政府4%的目标。

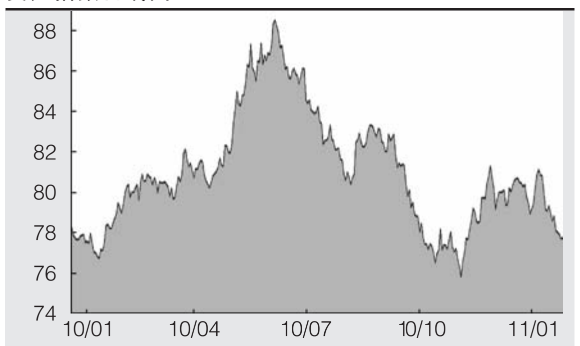
一位华尔街投行人士认为,目前中国经济的基本面并没有发生质的变化。

“我们对资本进出规模的承受能力已经有了很大提高。中国的外汇储备全球第一,如果我们成立对冲基金在全球进行投机,恐怕不是我们怕外部,而是外部担心我们。”国家行政学院决策咨询部副主任研究员陈炳才说。

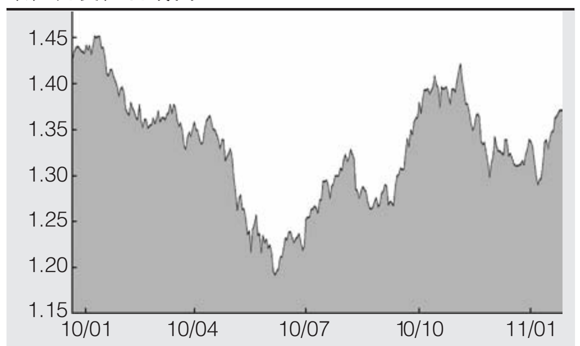


美元指数持续下滑

美元指数日线图



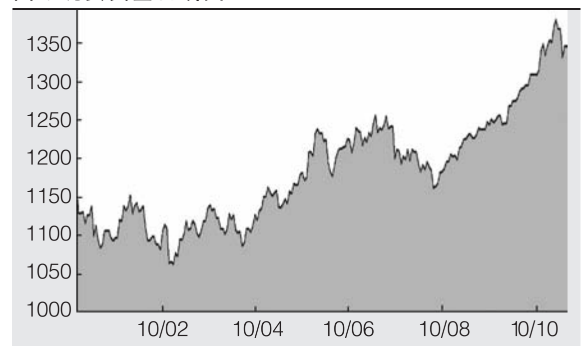
欧元兑美元日线图



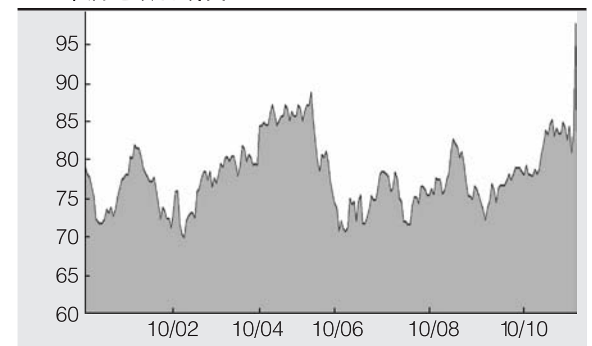
名称	代码	最新	5 日涨跌幅	1 月涨跌幅	52 周最高价	52 周最低价
美元指数	USDX	77.83	−1.68%	−1.43%	88.71	75.63
欧元兑美元	EURUSD	1.3705	2.56%	2.39%	1.4282	1.1877
美元兑日元	USDJPY	82.7200	−0.11%	2.00%	94.9700	80.2100
英镑兑美元	GBPUSD	1.5893	0.37%	1.85%	1.6299	1.4230
美元兑加元	USDCAD	0.9960	0.70%	−0.14%	1.0852	0.9832
澳元兑美元	AUDUSD	0.9893	−0.81%	−3.28%	1.0253	0.8066
新西兰元兑美元	NZDUSD	0.7712	0.06%	−1.06%	0.7976	0.6560
美元兑瑞郎	USDCHF	0.9456	−1.88%	1.22%	1.1726	0.9298
美元兑港币	USDHKD	7.7884	0.19%	0.20%	7.8064	7.7491
美元兑马元	USDMYR	3.0550	0.10%	−0.88%	3.4520	3.0498
美元兑新加坡元	USDSGD	1.2810	−0.32%	−0.16%	1.4241	1.2776
美元兑新台币	USDTWD	29.0370	0.13%	−0.21%	32.5100	28.9100
美元中间价	USDCNY	6.5930	−0.10%	−0.45%	6.8284	6.5883
欧元中间价	EURCNY	9.0505	4.41%	2.77%	9.6734	8.1301
英镑中间价	GBPCNY	10.4895	0.88%	2.66%	11.1009	9.7327
日元中间价	JPYCNY	7.9621	0.23%	−2.02%	8.3008	7.1922
港元中间价	HKDCNY	0.8465	−0.31%	−0.52%	0.8800	0.8464

全球主要商品最新价格

国际现货黄金日线图



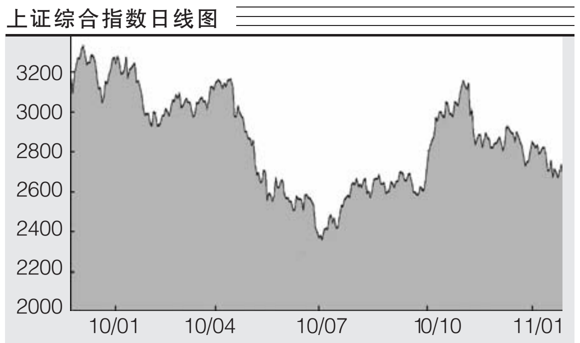
IPE 布油连续日线图



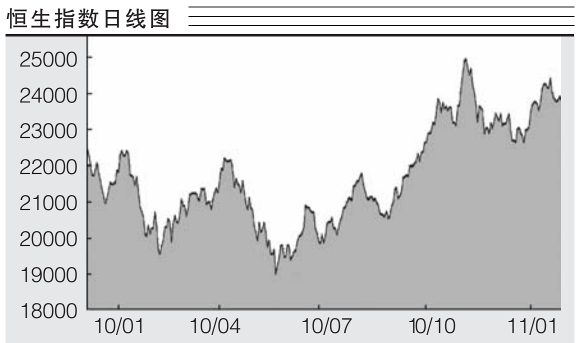
名称	代码	最新	5 日涨跌幅	1 月涨跌幅	52 周最高价	52 周最低价
NYMEX 轻质原油连续	CL00.NYM	87.41	−1.93%	4.13%	92.66	67.13
IPE 布油连续	B00.IPE	97.57	0.03%	13.72%	98.95	68.00
ICE 柴油	ICE-GAL.ICE	826.25	1.50%	14.44%	826.25	551.50
OPEC 一揽子油价	OPECDAILY.OP	92.58	−0.34%	12.44%	94.23	66.84
橡胶连续	RU00.SHF	39420.00	−2.79%	30.55%	41005.00	21550.00
塑料连三	L03.DCE	11450.00	−3.94%	8.48%	13580.00	9250.00
COMEX 黄金连续	GC00.CMX	1345.10	0.24%	−1.33%	1431.10	1046.80
国际现货黄金	GOLD.NM	1348.15	0.41%	−1.25%	1431.25	1044.85
国际现货白银	SILV.NM	27.80	1.06%	4.04%	31.24	14.64
国际现货铂金	PLAT.NM	1818.00	−0.47%	10.12%	1849.28	1446.50
国际现货钯金	PALL.NM	818.30	−0.60%	19.63%	828.25	381.65
LME 铜 3 月电子盘	CA03Me.LME	9492.00	0.39%	15.12%	9781.00	6037.50
LME 铝 3 月电子盘	AH03Me.LME	2433.50	0.60%	6.97%	2541.00	1828.00
LME 镍 3 月电子盘	NI03Me.LME	26625.00	1.43%	17.81%	27550.00	16975.00
LME 锡 3 月电子盘	SN03Me.LME	29010.00	4.92%	19.88%	29300.00	14850.00
LME 铅 3 月电子盘	PB03Me.LME	2430.00	−0.37%	6.02%	2712.75	1535.00
LME 锌 3 月电子盘	ZS03Me.LME	2286.00	−1.47%	7.93%	2638.75	1577.00
沪铝连三	AL03.SHF	16800.00	−0.88%	2.82%	17600.00	14020.00
沪铜连三	CU03.SHF	71560.00	0.36%	16.04%	73080.00	48800.00
沪金连续	AU00.SHF	292.00	0.69%	0.00%	303.00	232.11
沪锌连三	ZN03.SHF	18435.00	−2.87%	5.77%	21785.00	13480.00

上证综指周涨 1.38%

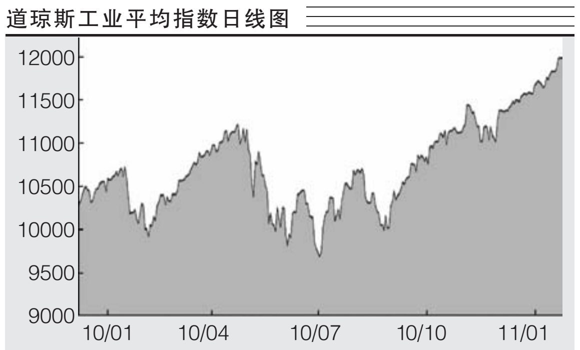
上证综合指数日线图



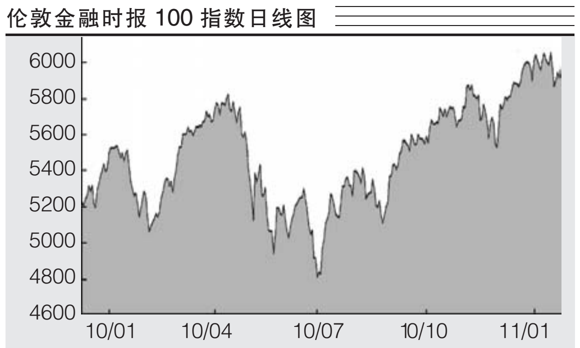
恒生指数日线图



道琼斯工业平均指数日线图



伦敦金融时报 100 指数日线图

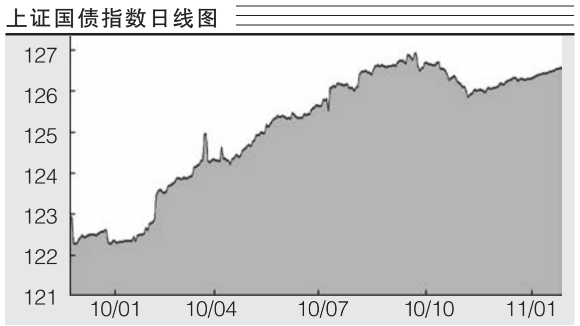


全球主要股指	路透代码	最新收盘	涨跌(1 周)%	年初以来涨跌%	静态市盈率	动态市盈率	市净率
道琼斯工业指数	.DJI	11989.83	0.99	1.33%	14.85	12.52	2.96
纳斯达克指数	.IXIC	2755.28	2.44	3.11%	17.88	14.61	3.22
标准普尔 500 指数	.SPX	1299.54	1.26	2.08%	16.09	13.25	2.38
英国富时 100 指数	.FTSE	5925.82	0.50	1.95%	12.57	10.52	1.91
法国 CAC40 指数	.FCHI	4044.79	0.68	4.30%	13.58	10.64	1.44
德国 DAX 指数	.GDAXI	7155.22	1.31	2.10%	14.17	11.15	1.73
日经指数	.N225	10360.34	0.84	2.64%	18.23	15.43	1.42
南非约翰内斯堡综合指数	.JALSH	31756.29	−1.19	1.54%	17.02	8.93	1.82
沙特阿拉伯 TASI 综合指数	.TASI	6697.80	0.08	1.46%	14.95	12.46	2.12
意大利 FTSE MIB 指数	.FTMIB	22383.75	1.31	5.65%	12.59	10.55	0.95
菲律宾股指	.PSI	3970.34	0.49	−1.64%	12.63	13.27	2.73
韩国综合指数	.KS11	2107.87	1.83	2.79%	9.12	10.17	1.54
台湾加权指数	.TWII	9145.35	2.13	0.00%	14.62		2.15
恒生指数	.HSI	23617.02	−1.09	5.42%	14.69	12.77	2.17
恒生国企指数	.HSCE	12565.56	−1.33	3.62%	13.35	10.65	2.42
沪深 300 指数	.CSI300	3036.74	1.79	−1.16%	15.44	12.35	2.80
上海综合指数	.SSEC	2752.75	1.38	−0.60%	16.10	12.27	2.85
上证 B 股指数	.SSEB	304.63	1.55	0.72%	15.89		2.99
深圳成分指数	.SZSC1	11894.23	2.18	−1.32%	20.49	15.96	4.06
深圳成分 B 股指数	.SZSB1	5804.48	0.13	0.26%	14.08		2.59

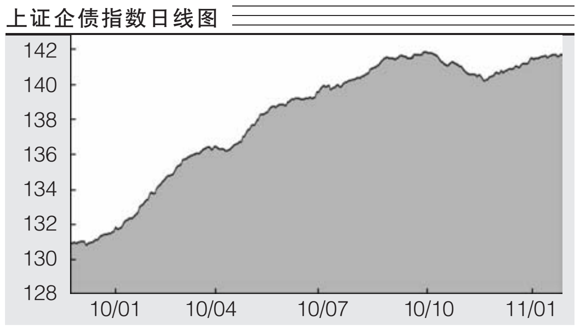
注：涨跌(1 周)% =（最新收盘价 − 上周最后一个交易日收盘价）/ 上周最后一个交易日收盘价 * 100
年初以来涨跌 % =（上一日收盘价 − 去年最后一个交易日收盘价）/ 去年最后一个交易日收盘价 *100
静态市盈率 = 上一日收盘价 / 最近四个季度每股收益；动态市盈率 = 上一日收盘价 / 前一年度预测的每股收益
市净率 = 上一日收盘价 / 最新公布的账面价值；成分股市值 = 成份股上一日收盘价 * 流通股数
在计算每股收益时不包括非连续性经营活动、非经常性项目和累计的会计变更等,包含了资本损益、税收抵免等。

中国主要债券指数最新表现

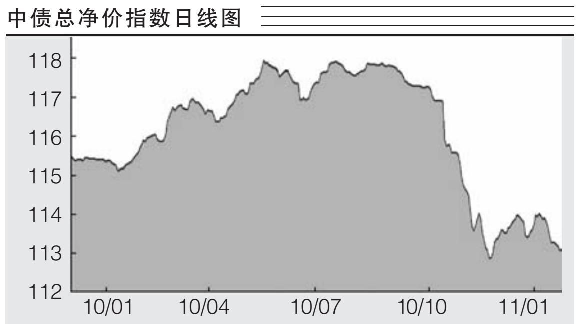
上证国债指数日线图



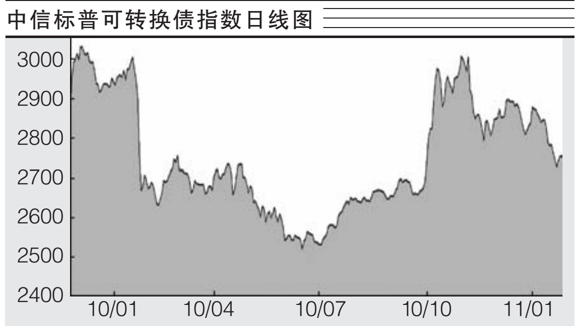
上证企债指数日线图



中债总净价指数日线图



中信标普可转换债指数日线图



名称	代码	最新价	5 日涨跌幅	1 个月涨跌	52 周最高价	52 周最低价
上证国债指数	000012.SH	126.57	0.06%	0.42%	127.10	122.61
上证企债指数	000013.SH	143.63	−0.03%	0.98%	144.00	135.50
沪公司债	000022.SH	127.42	−0.02%	1.08%	127.60	119.25
沪分离债	000023.SH	125.91	−0.36%	0.90%	127.54	120.85
公司债	000923.SH	126.83	−0.02%	1.00%	127.09	118.97
分离债	000924.SH	126.07	−0.29%	0.92%	127.46	120.99
银行间综合指数(中行)	031.BOC	120.68	−0.02%	0.48%	120.78	117.50
银行间国债指数(中行)	032.BOC	122.34	0.01%	0.45%	122.47	119.54
金融债指数(中行)	033.BOC	116.23	−0.05%	0.52%	116.30	112.19
企债指数	399481.SZ	128.07	−0.12%	0.00%	130.84	126.90
中信标普国债指数	816020.CI	1453.95	0.04%	0.13%	1467.79	1415.06
中信标普企业债指数	816021.CI	1676.90	0.46%	1.48%	1677.70	942.49
中信标普银债指数	816022.CI	1211.29	0.05%	0.93%	1244.35	1200.17
中信标普全债指数	816023.CI	1245.45	0.04%	0.21%	1269.45	1226.04
中信标普可转债指数	816028.CI	2755.12	0.28%	−3.17%	3011.03	2517.39
中证全债	h11001.CSI	131.32	−0.08%	0.46%	135.06	128.54
中证 3 债	h11002.CSI	129.02	−0.09%	0.19%	130.08	126.88
中证 7 债	h11003.CSI	130.91	−0.02%	0.43%	134.79	128.59
中证 10 债	h11004.CSI	130.44	−0.07%	0.46%	135.19	127.57
中证 10+ 债	h11005.CSI	126.55	−0.19%	0.76%	132.40	123.28
中证国债	h11006.CSI	129.60	−0.14%	0.51%	134.23	128.24
中证金融债	h11007.CSI	132.52	−0.17%	0.51%	135.44	129.62

私募投资排行

阳光私募基金业绩表现

净值收益率前十名

简称	最近一月收益率(%)	最新单位净值
瑞信稳健收益	14.85	1.1691
邦盛 1 号	11.71	1.0665
世通 8 期	9.47	109.47
银驰 1 号	7.07	1.1669
燊乾 1 号	5.84	1.1109
润丰 6 号	5.42	0.9194
六禾成长	4.96	1.123
方得	3.59	0.9807
融源 1 号	3.44	1.0251
呈瑞 1 期	3.28	1.1216

净值收益率后十名

简称	最近一月收益率(%)	最新单位净值
国淼 1 期	−29.73	0.9294
结构化 5 号	−22.92	0.9562
浦江之星 28 号	−20.76	1.1007
中财明利价值	−18.18	0.7125
菁英时代成长 1 号	−18.15	1.4432
嘉禾 1 号	−17.27	0.9976
长安 15 号(分层)	−15.77	0.8423
泰石 1 期	−15.72	109.19
恒丰 1 期	−15.48	91.28
瀚信经典 1 期	−14.88	1.0062

券商集合理财业绩表现

净值收益率前十名

简称	最近一月收益率(%)	最新单位净值
安信理财 1 号	0.50	1.008
中银国际中国红货币宝	0.43	1
国泰君安君得利 2 号货币	0.43	1
招商现金牛货币	0.41	1
国泰君安君富香江	0.31	0.956
国泰君安君得利 1 号货币	0.28	1
招商智远稳健 4 号	0.20	1.002
长江超越理财宝 2 号	0.19	1.002
长江超越理财稳健增利	0.19	1.0062
金益求金		1.0001

净值收益率后十名

简称	最近一月收益率(%)	最新单位净值
浙商金惠 1 号	−12.80	1.1682
东吴财富 1 号	−10.32	0.7794
国信金理财经典组合	−9.17	1.1266
华泰紫金策略优选	−8.83	1.0012
华泰紫金鼎造福桑梓	−8.75	0.9796
中银国际中国红 1 号	−8.51	1.014
光大阳光 6 号	−8.40	1.0119
东方红先锋 1 号	−8.31	1.1046
华泰紫金智富	−8.31	1.0452
光大阳光	−7.79	1.2181

截至 2011 年 1 月 27 日

全球最新主要经济指标

上周公布

国家/地区	指标名称	路透代码	发布日期	发布周期	本期实际值	本期路透调查值	上期实际值	单位
美国	消费者信心指数	USCONC=ECI	2011/1/25	十二月	60.60	54.30	52.50	
美国	新屋销售量	USHNS=ECI	2011/1/26	十一月	0.33	0.30	0.290	百万
美国	API 当周原油库存	USOIAC=ECI	2011/1/25	每周	2.12	1.200	3.533	百万
美国	API 当周蒸馏油库存	USOIAD=ECI	2011/1/25	每周	(5.02)	−0.300	0.940	百万
美国	API 当周汽油库存	USOIAG=ECI	2011/1/25	每周	1.72	2.100	1.869	百万
美国	EIA 周原油库存变化	USOILC=ECI	2011/1/26	每周	4.84	1.200	2.600	百万
美国	EIA 周蒸馏油库存变化	USOILD=ECI	2011/1/26	每周	(0.14)	−0.300	1.000	百万
美国	EIA 周汽油库存变化	USOILG=ECI	2011/1/26	每周	2.40	2.100	4.400	百万
加拿大	CPI(月率)	CACPI=ECI	2011/1/25	十二月	0.00	0.10	0.10	%
加拿大	CPI(年率)	CACPIY=ECI	2011/1/25	十二月	2.40	2.50	2.00	%
加拿大	央行核心 CPI(月率)	CACPMM=ECI	2011/1/25	十二月	(0.30)	(0.20)	(0.00)	% 美元
加拿大	加拿大央行核心 CPI(年率)	CACPXX=ECI	2011/1/25	十二月	1.50	1.60	1.40	% 美元
英国	GDP 初值(季率)	GBGDP=ECI	2011/1/25	第四季度	(0.50)	0.50	0.10	%
英国	GDP 初值(年率)	GBGDPY=ECI	2011/1/25	第四季度	1.70	2.60	2.70	%
英国	月公共部门收支短差 英镑	GBPSCR=ECI	2011/1/25	十二月	25.51	16.30	16.81	十亿英镑
英国	月公共部门净借款 英镑	GBPSNB=ECI	2011/1/25	十二月	15.31	18.10	22.77	十亿

数据提供:Wind 资讯、路透 截至 2011 年 1 月 28 日

Wind 資訊 REUTERS 路透 更多财经资讯尽在路透中文网 Reuters.com.cn

风险防范为主导 银监会订立衍生品监管新规

本报记者 胡蓉萍 北京报道

《银行业金融机构衍生产品交易业务管理办法》(下称《办法》)已于近日以银监会2011年第1号主席令的形式发布,该办法规定了衍生品分层监管框架和牌照制,将银行自营业务纳入监管范围。

因监管多头以及涉及混业经营,新办法仅框架性规范了商业银行在境内从事外汇、商品、能源、股权等新的衍生品领域,但限制了银行业金融机构从事无限风险的衍生产品。

接近银监会的相关负责人表示由于我国衍生品市场发展的时间不长,市场参与主体尚不成熟,银监会在推进鼓励衍生品交易的同时,把加强风险防范摆在了突出位置。

> 没有对各个标的的衍生品进行具体的规制,因为在市场不成熟的情况下具体规定了也不会具有操作性

农行金融市场部相关负责人表示可以理解银监会简化了此前复杂的征求意见稿,最终做了一个更具框架性和更有可行性的规定。各行相关业务人员都表示银监会的这一新办法基本采纳了商业银行的意见,仅在套期会计准则的使用上,各行持有一定的保留意见。

"这一修改了的新规看上去颇为审慎和框架性,但先把房间打扫干净,建立框架和法律等基础性问题,再审慎开放各个标的的市场,也是科学合理的。"美国洲际交易所集团大中国区董事总经理黄杰夫表示。

自营业务纳入监管

就在美国政府出台沃克尔规则,也就是限制银行从事高风险自营交易之规则,并正在热火朝天地研究如何制定细则实施它之时,在衍生品和创新业务匮乏的中国,银监会并没有停止金融创新的脚步。

银行业金融机构的自营交易也被列入了衍生品新规的监管范围,具体包括银行业金融机构为承担做市义务持续提供市场买、卖双边价格,并按其报价与其他市场参与者进行的做市交易;以及银行业金融机构主动发起,运用自有资金,根据对市场走势的判断,以获利为目的进行的自营交易。

"虽然这一新办法的总的指导思想是规范银行的衍生品业务,但这一新办法在将银行的自营衍生品交易纳入监管方面是符合市场需求和开放的。"工商银行相关业务负责人1月28日如此评价。

涉及到各类标的的第六条修改为"银行业金融机构从事与外汇、商品、能源和股权有关的衍生产品交易以及场内衍生产品交易,应当具有中国银监会批准的衍生产品交易业务资格,并遵守国家外汇管理及其他相关规定"。

"由于像外汇、商品等衍生品涉及多个监管部门,如外管局、证监会等等,所以不是银监会一家说了算,它如此概括的规定可以理解。我个人理解应该是银监会并不反对商业银行在其他监管部门同意的情况下做类似业务,但要对银监会进行报备。"建设银行相关业务部门负责人1月28日对本报记者表示。

与此同时,我国商业银行法规定,商业银行由于混业经营不能在境内从事类似交易的概括性规定,因此这一块一直是处于政策真空地带,但多数业内人士认为银监会的这条规定还是表明其开放的态度。

防范风险为主导

按照去年的征求意见稿,银监会曾将银行类金融机构从事的衍生品交易分为风险管理类、客户类、做市类和自营类。

"这一分类不够科学,同时也不够有操作性,最后按照划入账户的角度进行分类将更具有操作性。"银监会相关负责人表示。

第一类为套期保值类衍生产品交易。即银行业金融机构主动发起,为规避自有资产、负债的信用风险、市场风险或流动性风险而进行的衍生产品交易。此类交易需符合套期会计规定,并划入银行账户管理。

但多数商业银行金融市场部人士认为,套期会计规定非常复杂,如果每一笔动态的交易都需要采用该会计规定的话,工作量会很大,最终可能导致银行觉得太麻烦而放弃做相关交易。

第二类为非套期保值类衍生产品交易。即除套期保值类以外的衍生产品交易。包括由客户发起,银行业金融机构为满足客户需求提供的代客交易和银行业金融机构为对冲前述交易相关风险而进行的交易;银行业金融机构为承担做市义务持续提供市场买、卖双边价格,并按其报价与其他市场参与者进行的做市交易;以及银行业金融机构主动发起,运用自有资金,根据对市场走势的判断,以获利为目的进行的自营交易。此类交易划入交易账户管理。

在该办法修订过程中,监管部门确曾探索讨论过准许符合资格的银行业金融机构拓宽衍生产品业务范围。但最后并没有如此前曾经讨论和外界预期的那样按照衍生品投资标的和类别进行分类和监管规制。

"没有对各个标的的衍生品进行具体的规制,因为在市场不成熟的情况下具体规定了也不会具有操作性。"交通银行投资银行部相关负责人表示。

"银行从事无限风险的衍生产品,以及能源上的对赌协议和非常复杂的期权结构产品都将被严格禁止。"银监会相关负责人表示。 下转24版

中长贷19个月虚高 监管层布控还款检查

本报记者 张玮 程志云 北京报道

近日,银监会相关部门发出通知要求非银行金融机构对截止到2010年12月底的中长期贷款进行全面自查,并提交相应的自查报告。

北京一位信托公司负责自查的人士表示,按单笔合同计算,信托公司1年期以上,财务公司3年期以上,金融租赁3年期以上,其合同金额1亿以上(含1亿)的单笔固贷和流动资金贷款全都在此次检查之列。

记者了解到,对非银行金融机构的检查只是监管层布控中长期贷款检查的冰山一角。一位接近银监会人士告诉记者,从去年底开始,银监会就已经启动了对整个辖内金融机构中长期贷款的全面检查。

"尤其是商业银行中长期贷款已经19个月快速增长,央行的统计显示,2010年,全部金融机构人民币中长期贷款累计新增达6.17万亿元。2009年的9.59万亿新增贷款有很大一部分投向了'铁公基'和融资平台贷,这里边存在大量的风险隐患。"他说。

严查还款方式

一位地方银监局人士告诉记者,由于近几个月以来,银行信贷出现难以控制的势头,而其中尤以中长期贷款增长的刚性特别强,所以,最近的监管工作集中在对商业银行信贷落实"三个办法一个指引"的检查上。

记者了解到,对贷款检查除了贷前调查和受托支付之外,其中,对中长期贷款进行贷后跟踪和还款方式是此次检查的重点。

2010年12月6日,银监会发布《关于规范中长期贷款还款方式的通知》,要求包括非银机构在内的各机构要对包括平台贷款在内的中长期贷款还款方式进行统一规范,不得集中在贷款到期时偿还。

在禁止整贷整还的基础上,要求贷款人要综合考虑项目预期现金流和投资回收期等情况,合理确定还款方式,实行分期偿还,至少做到半年一次还本付息,鼓励有条件的中长期贷款做到按季还款。

一位大型商业银行风险部老总告诉记者,按照监管层要求,我们将大力推进中长期贷款合同整改工作,补签相关贷款差额补足协议,弥补还款资金缺口。

"对于新发放的非基础设施类的固定资产和项目贷款,要根据项目原概算和原定建设期、合理运营期,确定贷款期限以及科学的本息偿还方式,还本期限不得超过15年,原则上自项目建成投产起,每年至少两次偿还本金,利随本清。"她说。

而接近银监会人士告诉记者,按照高层的指示,收集商业银行和非银行金融机构这两个月固贷和流贷的大合同副本,检查"三个办法一个指引"的落实情况,检查还本条款的科学性,有问题的必须纠正。

本报获悉,在对贷款新规的实施方面,对工作不到位、成效不明显、未能限期达标的银行业金融机构,银监部门将研究对相应不到位贷款采取提高资本附加和增加拨备,与央行联合调减贷款规模,调整存款准备金率,直至限制市场准入、暂停相关业务、限制贷款发放等联动监管措施。

中长贷隐患

事实上,在近两年的信贷投放上,中长期贷款都占绝对"大头"。央行最近发布的2010年金融机构贷款投向统计报告显示,2010年全年,全部金融机构人民币中长期贷款累计新增达6.17万亿元;在2009年全年人民币新增信贷9.59万亿元中,更有很大一部分投向了包括"铁公基"、房地产等领域的中长期贷款。

接近监管部门人士指出,此前,受银行中长期贷款合同中"整贷整还"条款的影响,贷款本金集中到期偿还的问题更使风险加剧累积。

"在修订原贷款合同中'整借整还'等不科学条款,建成之后的项目(包括铁路、公路、基础设施等)贷款应立即进入还本期,而不再是搞常青贷款,整借整还。"他说。

目前,贷款中长期化趋势不断强化,中长期贷款同比增速连续19个月保持在30%以上,同期短期贷款增速则急剧下降到个位数乃至负数。

分行业看,中长期贷款在市政建设、房地产开发、火力发电、高速公路、港口、民航和高速铁路建设等领域大量沉淀。"这些行业负债率过高,非核心主业整治远未到位,而银行收益率很低,风险议价能力十分有限,甚至出现巨额固定利率长期贷款的情况,开展这类领域的信贷业务应充分预估风险。"该人士称。

上述银监局人士表示,此次中长期贷款的检查主要还是内控,其目的在于保证信贷质量,提高信贷效率。他指出,中长期贷款的贷后管理,贷款资金流向及用途监控、资金回笼监控、风险分类及预警都是历次检查中的重点。

银行服务标准出炉 招商银行信用卡居标准之上

2011年1月5日,中国服务贸易协会客户服务委员会在北京发布了2010年银行业服务数据,内容涉及银行热线及营业厅服务的几十项指标。调查由专业调查人员扮演神秘客户拨打电话的方式进行,拨测全程录音,从服务响应能力、基本服务规范、业务解决能力三大维度进行测评,按设定的标准统一打分。

这次的调查为衡量各家银行的服务水准提供了一张清晰标准参考图,在这张参考图上,我们可以清晰地看到招商银行信用卡的服务远在标准之上。



20秒人工接通率

从目前的现状来看,客户服务热线已经从简单的咨询中心向业务处理中心发展,有的甚至已经发展成为电话银行中心,承担很多业务的办理,因此,电话接通率变得越来越重要。在人工电话接通率的考试中,20秒内80%的接通率是行业的标准,只有28.6%的银行交上了合格的考卷。招商银行信用卡的接通率则是15秒85%,显然超出标准许多。而这只是招行制定的20多项热线参数之一,其余的还包括小于5%的电话挂断率、高于95%的录音成功率等。

10秒的在线等待时间

通常情况下,一个持卡人的问题会涉及多方面,所以如何减少持卡人的在线等待时间就成为各大银行需要解决的一大课题。此次调查显示,将近四成的客户打电话,客户服务人员不能马上提供答案,需要在电话中等待将近1分钟,才能获取所需答案。而招商银行给出的时间却是——10秒。这一优异的成绩得益于招行自行开发的客户服务界面,该系统将信用卡中心内部的多个子系统直观地集成在客服专员的操作电脑上,它几乎涵盖了信用卡业务的所有范围,让一线人员能快速地找到持卡人需要的答案,从而大大缩短了持卡人的等待时间。除此之外,客户服务界面还具有强大的二线作业追踪机制,如果一线客服暂时无法解决持卡人的问题,客服会把问题填单,详细写明问题、客户需求、应何时解决,配合严格的内控机制,使客户的每一个服务的要求都能得到准确及时的回复。

优异服务背后的秘密

超出行业标准的快速接听、远远低于行业平均水准的在线等待时间,这仅仅是招行优异服务的一小部分,此外还有标准的礼仪话术,高效的问题解决率,周到贴心的服务等等。而这一切背后的是招行客服中心先进的服务理念和创新的服务制度。

努力保障持卡人的MOT(Moment of Truth)是招行信用卡的服务理念,所谓"MOT"是指用户的瞬间感受,招行认为持卡人对招行服务的整体印象正是每一个满意瞬间的累积。因此招行信用卡客服中心努力从"点、线、面"三个层次展开。优秀的快速接听的一线客服人员是那些"接触点"、强大的二线追踪和整合信息查询都是保障用户MOT满意度的一条强大的服务"线"。而另外一套全流程的品质确保管理机制,对服务全流程和所有工作环节的服务品质实行监督和控制,则从"面"上保障了MOT。

创新的服务制度则从制度层面保障了优异的服务质量,比如客户来电专案,招行信用卡中心定期安排其他部门的管理人员到客户服务中心现场监听客户来电,使各部门管理层掌握第一手的业务资讯及产品回馈,从而进一步优化改善现有业务环节,使信用卡中心整体业务管理、产品策略与客户更接近。此外,还有众多其他特色管理制度来全面保证客服质量,力争满足每个打进电话的持卡人的合理用卡需求。

发卡8年来,招商银行信用卡秉承"因您而变"的理念,凭借出色的经营管理,不断进行着产品创新和服务创新。在招行看来,客户选择一张卡片是对该银行的文化认同、偏爱与信任,这种因产品和服务所产生的强大品牌忠诚度,正是招行信用卡努力的方向。"服务好"的评价是靠广大持卡人愉悦的使用体验支撑的,而"愉悦"的背后就是招商银行信用卡对品质的极致追求。



【关于招商银行信用卡】

秉承"因您而变"的经营理念,招商银行于2002年率先发行了国内第一张国际标准信用卡,随后又相继推出了粉丝卡、航空卡、百货卡、商务卡、白金卡、无限卡等创新特色产品。截至2010年6月底,招商银行信用卡发卡已突破3260万张,在国内国际标准信用卡市场上居领先地位,2010年消费金额累计已突破1801亿元,市场占有率领先同业。

迎合消费者需求变化而不断进行创新,招商银行信用卡品牌凭借五星级的产品和服务奠定了在国内信用卡市场的领先者形象。2010年,招商银行联手美国运通首发招商银行美国运通卡,旨在为身为旅行行家的您提供专业、安全的全球旅行服务。传承美国运通160年国际旅行服务品质,招商银行美国运通将为中国用户提供:精选全球万家特惠商户;专属积分计划以及积分兑换航空里程、国际酒店住宿等一系列奖赏;高达500万的航空意外险以及多重旅行保障;在境外还可获得鲜花预定、餐厅预定、航班查询等在内的24小时私人秘书礼宾服务。

招商银行信用卡被业内专家誉为国际信用卡发展史上的一个奇迹,发卡8年来,招商银行信用卡已连续7年上榜胡润财富"最受青睐的银行信用卡",权威调查机构尼尔森研究报告显示,招商银行信用卡已成为最受中国消费者喜欢和最经常使用的信用卡品牌。此外,招行银行信用卡还多次被国内国际权威行业机构授予"国内首家五星级客户服务中心"、"亚太最佳客户服务"、"全球最佳服务中心"等荣誉,并凭借卓越的信用卡拓展和经营战略成功入选"哈佛大学商学院MBA教学案例"。

险资2011投资策略 选时重于选股

本报记者 欧阳晓红 北京报道

在2011年这样一个通胀阴霾笼罩的年份,且在年初股市处于震荡下行的行情中,险资如何考虑其在新的一年里的A股投资布局?

一位国有保险资产管理公司人士1月26日表示"2011年投资策略很明确,不像2010年那样'纠缠'于个股品种的选择,而是选时;且秉承'跌多了买,涨多了卖'的原则"。

多家大型保险资产管理公司负责人对此看法表示了认同。他们认为,去年很多小股票涨,但今年结构性调整的程度不及去年,系统趋势性投资机会已不再。

一位国寿资产人士表示,或许现在的市场还未震荡调整到位,待时机成熟之际,便开始新一轮的谋篇布局。

而一位人保资产管理公司人士认为,"在目前流动性偏紧,市场缺乏交易气氛的境况下,还是谨慎观望为主。"

国寿资产"偷着乐"

"越跌,我们越高兴,因为平均估值已很低了,将是一个绝佳的建仓配置布局'黄金期'。"一位国寿资产人士说。

一位泰康资产人士认为,实际上,现在对险资而言,是一场风险承受能力与耐力的较量,如果耐力较强,就可以越跌越买;但如果自身存有风险因素,可能就不敢下注太大,就会边走边看。

上述国寿资产人士并不讳言其是"9.30"行情的受益者,"正是抓住了去年'9.30'行情,令我们变得更为从容。"在去年市场的几次调整中,国寿资产通过有限度的波段操作都抓住了机会。

在这位国寿资产人士看来,今年影响A股走势最重要的因素是通胀。如果通胀控制不住,就会有系统性风险;会有很强的货币收缩,造成流动性极短缺。但如果控制住了上半年较高的通胀,下半年将会有一波大行情。

"从2至3年的长线投资来看,现在是一个很好的配置机会。虽然今年通胀预期可能很大,只要控制住,调整到位后就会有暴发性机会;即便今年没有,明后年也会有。"他说。

上述国寿人士还认为"十二五"开局之年,进入了一个新的经济周期起点,可关注周期类股票,包括最近调整较大的大消费类股票。此外,医药生物、食品类股也可纳入视线之中;就连中小板的很多好公司也可以选择。

"总之,我们依然看好今年的市场。不能因为跌就不看好;看长期,越跌越是好的建仓配置机会,就有更多便宜的股票可供选择。"上述国寿资产人士说,"2005年市场极度悲观,但结果迎来了巨大无比的牛市;现在就像大牛市的前夜,如果CPI可以控制住的话。"

这位国寿资产人士认为,就当期而言,希望进行长期配置,而抓住了现在就像把握了2005年之后2007年大牛市机会。

选时重于选股

然而,与国寿资产希望长期布局投资策略不同的是,多数险资认为,2011年仍是一个波段频繁操作之年,逢低建仓,逢高抛售。

"越跌就越买,涨多了就卖;目前来看,选时比选股更为重要",一位国有保险资产人士说,"但现在还不到交易时机。"

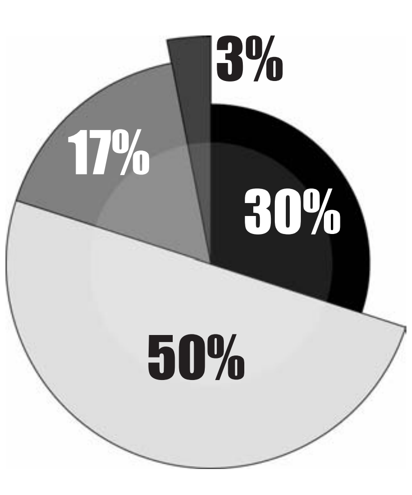
其实,险资一贯奉行"高抛低吸"的投资原则,但2011年的不同之处在于险资将"低吸高抛",市场越跌越买,涨多了则卖,换言之,或将起到市场稳定器的作用,通过其再平衡投资策略,间接均衡市场的估值。

不过,新年伊始,险资们在"逢新必打"的问题上撞墙了。1月13日上市的华锐风电当天股价下跌了9.59%,截至1月27日,其已下跌至72.54元/股,较发行价下跌了19.4%,据统计,太保、阳光人寿、幸福人寿、阳光财险4家保险公司共计获配华锐风电889.65万股,浮亏约1.5亿元。

业界人士认为,类似于华锐风电一样的股票由于在一级市场上就已"成熟",以至其在二级市场上的成长性空间较小,而一些信奉"逢新必打"的险资可能会因此"折戟"。

就此,中国社会科学院金融研究所保险研究室郭金龙说,过度追求"逢新必打"与"选时不选股"都是投机理念,均有失保险之资金特性,有悖保险资产负债配置原则。

险资2010年下半年投资资金配置



在2010年下半年,银行存款占比不到30%,债券投资略高于50%,二者合计占80%左右;权益类资产占比约16.9%,其他投资占2.9%。

经济观察报/制图

郭金龙解释,因为负债久期较长的保险资金,更好的策略应是选股也选时。成长性好的企业,选时选错了,时间上会付代价;而选股比选时更重要,假如在牛市选到好股,就像云南白药现在都可以再创新高。

而在选时节点上,上述人保资产管理公司人士预测,2011年股指将在2400点至3300点的区间震荡,且下半年的投资机会较多。

险资仓位之惑

不过,无论选时还是低吸高抛,险资仓位可透露其对A股市场的"亲密程度"。

值得注意的是,虽然多数险资将在2011年唱响"选时不选股"之曲,但对于行业仍有所倚重,且多聚焦于医药生物、新兴行业、通胀受益等几大行业。

与国寿资产持不同观点的人保资产人士不看好周期性行业。他说,因为宏观经济未到周期性扩张期,应规避周期性行业,也无太多趋势性投资契机,因此还不到交易时机。

一位中再资产人士对今年市场持谨慎观望态度。他表示,会把大类资产定在合适的中心,维持基本仓位,保持基本配置不动;但其余部分资金会遵循'低买高抛'之策。"今年希望在价值投资方面收获更多一些。"

一位中型保险资产管理公司相关负责人说,按照以往经验,险资多半是来多少钱加多少仓。但目前看不宜加得太狠,适度保持灵活仓位。

"不同于基金仓位,目前险资会在入市基准(20%)的附近,如15%-17%左右的仓位去做'加减'法。"上述险资负责人说。

资金"春运难" 银行多方腾挪

本报记者 倪壁东 深圳报道

5.0408%、7.2042%、7.7608%、7.9997%……

Shibor隔夜拆借利率在过去的一周前四天每天都在跳上一个新台阶。

就在1月27日,该利率已经成为4年以来的最高点;Shibor周利率的表现也毫不逊色,上周四以8.4058%创下该利率2007年1月5日以来的新高。

"这意味着银行业在短期内很差钱。"国信证券银行分析师邱志承这样分析。

而对于银行而言,无论是进入银行同业市场高息借入资金还是高回报发行春节短期理财产品,获取资金成了眼下最重要的事情。

流动性紧张

上周的Shibor隔夜拆借利率,从周一到周四短短四天就上涨295.89BP,Shibor周利率周一到周四,一天一个价:5.4242%、7.7033%、7.8725%、8.4058%,四天累计涨幅为298.16BP,不过到周五,两者皆略有回落。如果从2011年1月13日这一新年的最低点算起,Shibor隔夜拆借利率、Shibor周利率11个工作日累计上涨幅度分别达到608.40 BP和609.83 BP。

同时,回购市场的利率也在上行,从周一(1月24日)开始,代表短期的R001、R007利率分别从5.5928%和5.2747%上升到1月27日的7.9933%和8.5255%,涨幅达到240.05BP和325.08BP。

东北证券银行业分析师唐亚韫分析称,银行短期资金紧张的情况加剧,很多银行进入到同业市场,有借入资金需求的银行多,能够拆出资金的银行少,这自然推高了Shibor的短期利率,在回购市场的短期产品上也出现了这种情况。

对于银行资金紧张,一位中行的中层管理人士认为一个重要的原因是政策抓得紧,"原来很多银行都以为要春节后央行才会上调存款准备金率,没想到央行1月14号就宣布了,估计这次调高冻结银行的资金有3500亿左右。"

对此,唐亚韫则认为,实际上央行对市场的影响不止看得见的政策动作。"各家银行都在看央行未来的政策怎么走,银行预期未来央行还会提高准备金率,因此会预留1到2个点的超额准备金率,这种备付也占用了银行不少资金。"

对于市场流动性减少的原因,平安证券固定收益部副总经理石磊则根据央行发布的数据对这方面做了一个估算。从2009、2010年每年农历1月份M0(流通中的现金)月增长数据看,该时期均超过6000亿元,而根据央行公布的2010年12月份财政存款的数据看,这个月有9000亿元的财政存款从央行释放出来,根据历年数据统计,这些释放出来的财政存款会有近4000亿元在1月份回流,因此这两者相加导致银行体系内流动性减少1万亿。

此外,一位商业银行人士指出,1月28日,央行行长周小川在接受媒体采访时表示,货币政策带来的物价和资产价格上升等负面效果会慢慢显现,政策调整一定要及时,要把抬头的物价尽快打下去。虽然存款准备金率已在高位,但未来还会依赖这一工具的使用及央票发行来对冲流动性。未来不排除数量型和价格型工具的使用。这一表态令人们重拾对货币政策的紧缩预期。

筹措资金

为应对流动性紧张,除拆借资金外,很多银行也集中在这段时间推出理财产品,其年化收益率比之前也是节节攀升。

而交行深圳某支行的理财经理向记者特别推荐的专门针对春节期间的8天超短期理财产品,其年化收益率高达4%,比其此前期限更长的理财产品的年化收益率还高出不少,例如该行63天的智慧添利年化收益率仅为2.55%,9个月的也只达到3.50%。

此类期限仅8天的春节超短期理财产品在很多银行中都有发行。据某大行在深圳支行的理财经理刘先生介绍,平常该支行理财产品的销售量要几个月才达到几百万,但是现在临近春节,银行特别发行了几款高收益率的春节8天超短期理财产品,最近一个星期就卖了六百万。

"究其原因,现在银行间市场资金紧张,不少银行通过发行春节理财产品获得所需资金。不过银行对于这些理财产品审批都很严格,银行会明确其投资渠道,保证有得赚才会最终发行。"一位中行的中层管理人士向记者解释。

除了上述两种腾挪手段,银行的另一方式是通过压缩收益率较低的票据为高收益的贷款业务腾挪空间。

唐亚韫告诉记者,银行面对资金紧张这种情况,应对的措施就是压缩资产,特别是收益率较低的非信贷资产,比如同业拆解、债券投资等。银行票据贴现业务的压缩导致票据贴现市场利率走高,资料显示,除了在年初非常短暂的下降之外,票据贴现利率自1月中旬以来快速上升。

"最近一周的票据贴现利率都在8%左右,已经差不多等同于3年期的贷款利率,而一般情况下票据贴现利率也就4%到5%而已。"平安证券固定收益部副总经理石磊说。

除了银行在想方设法筹措流动性外,时隔四年后,央行在本月20日与部分银行启动定向逆回购操作,向银行释放资金至少500亿元;而且当天央行将拆借市场交易结束时间从下午四点半延长至五点,使一些银行在最后半小时内融得一些资金;除此之外,央行本月24日宣布暂停央票发行,这已经是连续第二周暂停。

27%收益投连险"摘冠" 招商信诺"大胆"差异化

本报记者 肖君秀 深圳报道

春节前的一周时间里,招商信诺忙碌的年终工作再添甜蜜的"麻烦"——招商信诺投连险锐取A型账户2010年收益高达27.29%,摘取了投连险收益"冠军",旋即被推至关注的焦点位置。

招商信诺锐取A型账户成立于2010年3月8日,时间不足一年,其27.29%的年收益,与2010年上证指数下跌14.3%相比跑赢了42个点。同期投连险偏股型账户平均收益也仅为0.98%。

"大胆"差异化效果正在显现,2010年,招商信诺投连险销售金额冲上6亿,在公司总保费中占比18%。

"冠军"之道

据了解,招商信诺投连险的锐取A型账户是委托给平安资产管理公司进行投资,招商信诺规模相对较小尚未取得资产管理"牌照"。

据接近招商信诺人士透露,招商信诺锐取A型账户设计灵活,权益方面投资比例限制较小,股票、股票型基金和混合型基金不低于账户资产总值的50%即可,"投资经理发挥的空间很大,这样也更容易抓住市场阶段性和个股机会。"

同时,锐取A型账户形成"委托人+受托人+托管人"(招商信诺+平安资产+建行)的三方管理模式创新,目前投连险账户绝大多数都是两方模式(委托人+受托人)。"这样将钱托管在银行,使投资更透明,资金更安全,风险控制加强,有利于双方充分合作。"某大型保险公司资产管理人员认为。

最重要的一点是落在投资操作上,该账户踩准了A股2010年的节奏,"账户经理根据A股调整波动,及时进行仓位调整,另外就是精选个股,有效避免下跌区间,较为充分地享受市场反弹。"上述接近招商信诺人士透露。据了解,锐取A型账户去年4月重仓医药,8月转战新兴产业的"热点",在最后三个月内兑现收益,而10月、11月正是A股年内"高峰",上证指数从9月30日一路上涨至11月11日,创下去年最高3186点。

不过,有趣的是平安资产管理公司为招商信托打造了投连险"冠军",平安的投连险偏股型账户2010年却为负收益。据记者了解到,锐取A型账户与平安投连险账户的投资经理非同一个人,由于操作手法不同,收益最后相差很大。"两个账户的资金量不在同一级别,招商信诺相对资金量较小投资更加灵活。"一保险业内人士称。

> 锐取A型账户形成"委托人+受托人+托管人"(招商信诺+平安资产+建行)的三方管理模式创新

"差异化"策略

"丰利年年"是招商信诺目前正在销售的投连险产品。

招商信诺以免除初始费或买卖差价来争取客户,另外还可免费更换投资账户,即在货币投资、股票投资、股票型基金的账户中选择,招商信诺正在大打投连险这张牌。

"实际上就是为了满足客户的需要,抗通胀仍是2011年的主题。"上述接近招商信诺人士称。

2009年初保险公司执行财政部《会计准则第2号解释》规定,投连险大部分不被确认为保费收入,保险公司为冲保费规模都开始主打分红险的销售,对于投连险业务生态,上述业内人士如此描述:"国寿、太保少,平安有一些,主要是其他小型保险公司。"去年末,146家保险公司中仅有27家寿险公司推出投连险业务。

投连险曾经两起两落,起落皆与股市好坏相连。1999年投连险首发后高歌猛进,不过2002年投连险整体保费收入同比急降38%,随后引发退保潮。2008年金融危机股市大落之后投连险又一度陷入寒冬,同样引发了退保潮。

招商信诺正是抓住近三年时机打差异化战略,且拥有五类齐全的产品,即指数型、激进型、混合型、债券型和货币型,而目前拥有此五类产品仅两家寿险公司。

目前,太平、友邦、金盛三家寿险公司共10个投连险账户获准设立。去年6月之后半年时间内投连险无审批,如今投连险再次开闸再现回暖迹像。

对于招商信诺钟情投连险的原因,复旦大学保险系主任徐文虎认为,"小保险公司需要大量的资金进来,不同发展阶段需求不同。"

尽管投连险基本上不能确定为保费,不过,投连险的账户管理费用约在1.5%上下。"相当于银行的中间业务,多了盈利的渠道。"上述保险业内人士分析认为。

徐文虎则认为仍然要警惕投连险风险,"如果投资收益上不去,就会带来很多很多的问题。"

2010交通银行沃德财富博览会北京站系列报道三

经济发展的动力在于调动民间积极性

尹冉/文

在全球经济形势复杂多变的今天,中国经济运行中仍然存在着哪几个重要的问题?著名经济学家厉以宁在交通银行沃德财富高峰论坛上给出了答案。

第一个问题,资本大量进入资产市场怎么办?这是一个国家在遭受全球金融危机冲击后经常会发生的事情,中国的经济在全球金融危机冲击下是首先回升的,这点没有问题,但是回升初期,大量的资金流到资产市场去,炒股票,炒房子,这种情况在当时是难免的,因为投资者对实体经济的前景还不明朗,不敢轻易投资。大量的民间资金进入资产市场,泡沫就形成了,如果不及早注意,泡沫的破裂就会形成二次探底,这种情况应该怎样处理?关键在于一定要认真落实非公经济36条,只要我们有公平竞争的条件,融资难的问题可以解决,各种待遇是平等的,大量民营经济才会转入实体经济领域,这是解决这个问题最重要的办法。

第二个问题需要讨论的是扩大内需的问题。现在提出很多说法,比如要调整劳动收入在国民收入中的分配比例问题,但这不是短期内能够见效的,是比较长期工作。比如对农民的直接补助工作,提高农产品价格,还有工资率标准上升,这些都是重要的,但都解决不了当前扩大内需的急切问题,扩大内需要给农民以产权,这是最要紧的。

第三个问题,就业的问题怎么缓解?长期来说,要解决就业问题,不是靠建大企业,不是要靠修基础设施,必须要给中小企业以公平的条件,把政策放宽点,减免税,每一个中等企业,中小企业包括在内,多雇三五个人,全国的中小企业大概有1000万家,个体户全国就3000万,每个人从亲戚中增加一到两个帮手就又可以增加好几千万人就业,中国的就业岗位是可以这样陆续增加的,就业问题也只有通过这些政策才能缓解。

第四个问题,经济与发展方式的转变。经济与发展方式的转变主要是在自主创新,产业升级,清洁生产,当前关键在于国家一定要扶持优质的民营高科技企业。民营企业中的一些优质企业在国家的扶持之下,就能加快自主创新。同时,要充分利用资本市场,利用资本市场中国的产业升级问题可以加快完成。

地方财政怎样应对城镇化的发展?这就是第六个问题,解决城市建设公用设施的投资问题。可以设想,每年一千多万农民工要进城,包括家属,老人孩子,要盖多少住房,要修多少学校,多少医院,多少文化设施,水暖气电的供应,环保设施的供应,环卫设施的供应,这是要钱的,钱从哪里来,必须解决这个问题。现行的做法是依靠土地财政,这是不能持久的,而且将来土地资源会越来越少,一定要找出一条路来,这条路就是跟国外学习,采用已经成熟的方法——公共事业投资基金。公共事业投资基金可以把民间资本集中在一起投入到公用事业,孤零零的民营资本不敢投,对回报没有把握,但是通过公用事业投资基金的方式,由专家来帮助进行投资,利润率是可以保证的,大量的民间资本进入这个领域就能够解决城市建设公用设施的投资问题。

第六个问题,中国长期经济发展主动力在哪里?很多人都提发展新兴的战略性产业,加快城镇化,企业的产业升级,这些说法都对,但不是要点,要点就在于充分调动民间酝酿的巨大积极性,中国的例子已经表明,每一次大的增长,大的突破,都在民间积极性的调动,乡镇企业为什么会这样快的发展起来,承包制以后农村的劳动力富余了,就开始走乡办,镇办企业的道路。今天经济增长的主动力,就在于如何充分调动民间积极性。

沃德
丰沃共享 厚德载富
one to one focus makes more

编辑:袁金秋 E-mail:yuanjinqiu@eeo.com.cn 美编:撒文静

2011年最牛股猜想 机构押宝太原重工背后

本报记者 李保华 深圳报道

市场极度萎靡之中，太原重工(600169.SH)的近期表现格外抢眼。最近8个交易日，其股价从19.85元强劲涨至最高的27.09元,涨幅超过36%,是近期涨幅和资金进出均非常凶猛的股票。

太原重工发力的背后,是近期重型机械制造类上市公司整体走强,太原重工自身蕴含工程装备、高铁、资产注入等热门概念,以及基金集体押宝、研究机构力推的合力。

机构抢筹

1月20日,光大证券的一份《太原重工:大事情正在进展中》的研究报告在分析列举太原重工5项利好因素的同时，推荐买入该股。

之前1日,太原重工一举涨停,并以净流入1.96亿元成为A股资金流入第三大的个股。此后,太原重工股价一发不可收,连续强势上行，有三个交易日振幅超过10%,近8个交易日涨幅超过36%,同期上证综指涨幅仅为1.62%。1月24日、26日该股分别以净流入1.48亿元、0.98亿元进入A股资金流入前十个股;25日、27日分别以净流出0.93亿元、0.94亿元进入A股资金流出前十个股。

同期,中国一重、中国重工、中国北车、中国南车、振华重工等相关个股也时有异动,屡屡进入A股资金流动前十榜单。

此外,研究机构对太原重工的分析,几乎一致为乐观看好。

1月初,东方证券发布太原重工:搭载上高铁的成长速度研究报告，维持对该股买入投资评级。此前的2010年6月、8月、10月、12月，东方证券均发布了关于太原重工的研究报告，且为买入评级。此外，2010年,国金证券、海通证券、中信证券、国元证券、天相投资、民族证券等研究机构先后给予太原重工增持或推荐评级，中金公司、长江证券给予该股“谨慎推荐”评级。

而基金作为机构投资者，也表现出对太原重工的浓厚兴趣。

今年1月4日，兴业基金公司公告表示,包括兴全趋势、兴全全球等在内的6只基金以及两款理财产品，认购太原重工非公开定向增发股份。这样倾巢而出的认购在业内颇为鲜见。

兴业系基金集体押宝太原重工的背后是基金等机构之间的力推,同时符合工程装备、高铁、资产注入等概念的太原重工被多家基金公司寄予了2011年最牛股的猜想。

东方证券分析师周凤武认为，太原重工是我国高端装备制造业的龙头企业,预期太原重工未来三年的净利润符合增长率为47.51%,其股价被严重低估。但有基金经理提示，国产的车轮轴可能会存在质量风险,未来高铁数量爆发式增长后,如何控制质量风险尤为关键。

“太原重工最有想象力的是它其实是个高铁相关的消费股，高速列车的轮轴基本每年要换一次，这一点很多研究员都没搞明白。而且预期集团发债后的齿轮箱项目等相关高铁资产将逐步注入上市公司。”一位深度调研过太原重工的基金经理表示。该消息没有得到太原重工方面的确认，其电话一直无人接听。

太原重工12月30日公告，公司以18.10元/股的价格向6名特定投资者非公开发行9314.91万股,锁定期为一年,这次发行价格比发行底价13.51元/股的价格溢价约34%。按照太原重工2010年中期的业绩折算,对应的市盈率约为18倍。

国泰君安一位资深投行人士认为,即使在大市比较好的情况下，增发价如此大幅高出发行底价的情况也不多见。而机构普遍认为,2011年将是震荡市场。

“我们不认为这个价格偏高,由于种种原因限制我们最后放弃了，最后才让兴业基金得逞。”一位对太原重工长期跟踪的私募基金负责人表示惋惜，他本人和太原重工进行过多次深入沟通。

据太原重工2010年12月30日公告显示,上述兴业“大军”认购了太原重工定向增发的1900万股。同时参与抢筹的还有方正证券、易方达、宏源证券、中信证券等。净资本仅为50多亿的方正证券此次认购的2000万股耗资3.62亿,按照相关规定,券商自营权益类证券合计额不得超过净资本的100%。而易方达管理的两只社保基金和易方达价值成长也认购了1800万股。

2010年中期,兴业基金曾联手方正证券分别认购了中科英华的1300股的增发股。而易方达价值成长对于太原重工来说则是“二进宫”。太原重工2009年报显示,易方达价值成长持有2240万股,半年后太原重工2010年半年报显示易方达价值成长一路减持后只剩510万股，在三季报中退出了前十大流通股东的行列。

二级市场上，鹏华基金在四季度进行了大幅加仓，华夏基金也出现在前十大流通股东名单之中。而坚守多时的博时系基金在这波上涨前的三季度大幅减仓。

上述关注过太原重工询价的私募基金负责人对记者表示，预期的震荡市场中资金都在寻求避风港,太原重工的估值偏低,流通盘仅为4.8亿，如果机构大规模买入肯定会造成较大的冲击成本，同时符合工程装备、高铁、资产注入等概念的太原重工激发了机构的热情也在情理之中。

2011年最牛股猜想

“去年11月份就有券商的机构销售发邮件给我推过太原重工，当时觉得也不高就买了点，后来发现不断有更多研究员在推这个股票才觉得当时可能买少了”,上述私募基金负责人说，他有几个公募基金的朋友最近也开始关注太原重工。

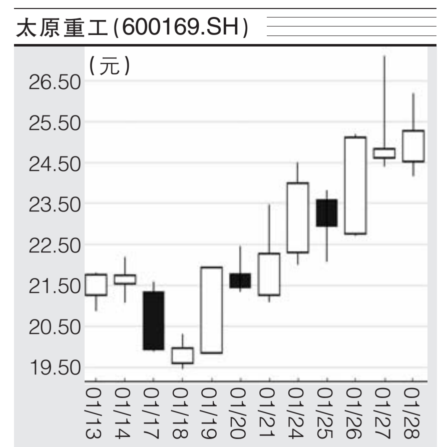
今日投资数据显示,目前共有11位分析师跟踪太原重工,其中7位建议“强力买入”,4位建议“买入”,其推荐理由最看好的基本上还是太原重工的传统重型装备项目。事实上,工程装备被几乎所有的卖方在2011年投资策略报告会中最看好的行业。近期包括中国重工在内工程装备类股票都在涨。不过,太原重工背后还有着更多的故事。

上述基金经理认为，除了太原重工这些大家都能看到的传统重型装备项目外,太原重工制造的高速列车的车轮轴基本是一年就要换一次,本质上,太原重工也是个高铁相关的消费股，这才是太原重工最有想象力的资产。

太原重工的募集资金用途显示，决定投资新建高速列车轮轴国产化项目填补国内空白，产品定位于中高端列车车轮、车轴,具有占领技术制高点的意义。本次募集资金投资项目建成后，将大大改变目前高速动车组所用轮轴完全依赖进口的局面。

上述私募基金负责人称，太原重工目前时速200公里的轮轴已经研制成功,正在铁道部网上运行测试，时速300公里及以上的轮轴正在研发之中。此次增发项目就是高铁轮轴的国产化研制与扩产项目预计销售规模达到20亿元。

太原重工2010年半年报显示,受益于铁路装备投资增加，公司车轮轴业务合计销售收入同比增长91%,达到6.1亿元,收入占比提高到12.6%,毛利率基本稳定。



“虽然现在车轮轴的收入占比不大,但是按照当前的增长势头将很快发展成为太原重工的主营业务收入。而且值得想象的是，太原重工集团的高铁相关资产会逐渐注入,只是时间问题,高速列车齿轮箱项目可能会第一个注入。”另外一位接触过太原重工的基金经理称。

另有基金经理提示，尽管国内很多高铁的车轮轴确实是国产后出口德国等欧洲国家然后再进口回来的，但是都经过了严格的质量检测。如果国产后质量检测控制不严,在大规模使用后,很容易导致像食品安全事故一样的“灭顶之灾”。

由于太原重工的电话无人接听，上述消息没有得到太原重工方面的确认。公开消息显示，太原重工目前主营业务收入主要由挖掘焦化设备和起重机设备等业务构成。

2010年底,太原重型机械集团有限公司(太重集团)发布公司债券募集说明书摘要显示,太重集团计划发行8.4亿元人民币全部用于新建高速列车齿轮箱国产化项目,该项目总投资为15亿元。

公开资料显示，太重集团还是国内唯一的火车轮对生产基地，品种最全的锻压设备生产基地,实力较强的风电、核电设备供应商,大型及特种铸锻件生产基地。

周凤武认为，太原重工是我国高端装备制造业的龙头企业，预期太原重工未来三年的净利润符合增长率为47.51%,其股价被严重低估。

光大证券1月20日发布的研究报告认为,公司传统业务下游以前主要是钢铁冶金等行业,受国家宏观调控影响,周期性波动很大。2008年前后,经过产业结构调整,冶金相关产品占比逐渐下降。从2010年新增订单来看,钢铁行业只占新增订单20%,公司产业结构日趋合理。另外,天津临港基地有望成为太重增长的引擎。“投资20亿元建设天津临港基地项目，预计2011年建成后收入达到100亿左右,相当于再造一个太重。产品定位高端,以总装为主,面向出口。”

光大证券1月20日针对太原重工的报告中所列看好因素

◇ 潜在催化因素:高铁列车轮轴进行台架试验;天津临港项目收获大订单

◆高速列车轮轴国产化将进入试验阶段,高铁设备国产化将迎重大利好

◆ 公司新增订单钢铁行业只占比20%,市场认识有偏差

◆ 天津临港基地有望成为太重增长的引擎

◆ 煤炭和矿山大型挖掘机、煤化工设备未来前景广阔

◆ 看好公司转型升级，买入优质高端装备企业,股价还有60%空间

来源:光大证券研究所

胡俞越:期货市场应成为周小川的“池子”

本报记者 田芸 北京报道

去年开始的大宗商品价格上涨对国民经济和人民生活都造成了较大压力,对于市场中“商品价格上涨是因为炒作和投机过度”的声音,北京工商大学证券与期货研究院院长胡俞越向本报表示,商品涨价是一种货币现象。

胡俞越说,事实上,以流动性作为生命的期货市场反而能对冲商品现货市场过剩的流动性,期货市场有效发挥功效将减小现货市场价格波动率,“期货市场其实应该成为‘周小川的池子’。”

商品涨价是货币现象

经济观察报:去年开始,包括农产品在内的大宗商品价格普遍涨幅较大,你认为引起这种涨价的根本原因是什么?

胡俞越:首先,中国期货市场尽管没有完全国际化，但是它也是价格是和国际价格联动的。商品创新高是全球的现象,价格的大波动不是中国特有的。

其次,无论是中国还是全球,商品市场供求是基本平衡的,在中国甚至有相当一部分的产品或者是产能过剩。涨价已经不再是一个供需现象,而是一个货币现象。美元在持续变得疲软,目前大宗商品都是按美元来计价,美元贬值,商品价格一定会涨。

还有一个更重要的原因，全球在拯救危机的时候,很多国家都采用了宽松的货币政策。美国实行长期零利率,再三推行量化宽松。而中国也实施了4万亿的刺激计划。我算了一笔账,2010年与1987年比较,GDP相当于当年的103倍，而货币投放总量却增加了844倍,明显钱多于货。

“周小川的池子”应该是期市

经济观察报: 您的意思是说货币多发造成了商品涨价,而期货市场只是反映了这种货币现象?

胡俞越:事实上,期货并没有炒高商品价格,而是反映了这样一种商品供求平衡、而货币供求不平衡的经济现象。通胀压力加大算到期货头上实在太冤,期货是带有预期性的价格发现。

期货市场的特点就是在于它的流动性,而且只有通过期货市场的流动性才能对冲现货市场过剩的流动性,在不影响价格的情况下解决货币多发的问题。

经济观察报:流动性进入期货市场果真不会抬高商品价格吗?

胡俞越: 我们曾经就现有的23个期货品种做过实证研究,发现流动性高的品种价格波动率反而低,此外,这两年每次推出一个新品种后,现货市场的波动率都明显降低了。

也就是说,期货市场可以通过它的流动性降低了波动率。前一段时间周小川行长给世界提了一个大问号,大家都在猜测“周小川的池子”是什么,后来外汇储备被看作是这个池子,但是我并不太同意这个说法,外汇储备的风险太大了。其实应该让期货市场成为“周小川的池子”,去安全地对冲过剩的流动性。

“大合约”或引起暴涨暴跌

经济观察报:期货市场正在经历一次历史性的革命,国家推出了一系列的措施以改变投资者结构,抑制投机,包括即将修改各期货品种合约乘数,你觉得这些变化将起到怎样的作用?

胡俞越:现在期货市场采取一些措施,因为期货市场顶住了太大的压力,有些声音认为是期货市场炒高了这些相关商品的价格,认为期货市场是过度投机。

所谓过度投机就是流动性太高。中国股票市场流动性也很高，中国期货市场流动性也很高,但我认为期货市场流动性和股票市场的流动性,还不可同日而语,不完全是一个概念。

这些压力使得一系列措施出台:手续费双边收这样就限制了热钱交易；保证金比率提高,等于是提高了交易成本；近期都降低了市场效益；第三步就是推出大合约。

如果这些政策措施都兑现,在限制期货市场所谓的过度投机时,另一个风险会发生,也就是说市场流动性会削弱,而另一个效应是把散户赶走,市场门槛提高。

期货市场机构投资者分两类,第一个是套保者,第二类就是专业的机构投资者,而目前看来,套保者参与期货市场的比例偏低,而专业的期货投资者到目前为止还没有取得合法的地位。

在这样的情况下,如果再把散户,市场门槛提高，在专业机构投资者还没有真正培育起来的时候,期货市场剩下的就是大的投机户。如果形成这样的情况,合约改大了,交易对手减少了,几个大户反而更容易操作市场，会导致价格的大起大落,暴涨暴跌。

这都不是我们希望看到的,期货市场在充分发挥价格的时候应该是减缓价格波动的。

经济观察报:也就是说,对赌的成分就更大了?

胡俞越:对,期货市场需要各种类型的投资者才能最为有效地发挥作用。散户其实是非常理智的,也是非常在意风控的。

现在国际市场潮流是改小合约,无论是股指期货还是商品期货都走小合约的路线,或者推出迷你合约。八九十年代最火的利率期货品种是美国长期国债,现在世界上利率期货品种最火的是美元,它火的原因就是美元利率波动平缓,品种小,合约小。

如果中国市场逆势而动,期货市场的流动性大幅度降低,而且也导致价格暴涨暴跌,避险需求满足不了,价格发现的功能也发挥不了,对冲现货市场过剩流动性的作用也发挥不了。

余额包销套牢机构 弱市催生保守疗法

本报记者 彭友 实习记者 刘晓辉 上海报道

股市低迷,破发蔓延,公开增发市场也处于冰点,券商们无奈陷入包销漩涡。

1月28日,长安汽车(000625.SZ)公开增发的3.6亿A股上市。而其此前披露的增发结果,令市场感到森然的寒意。在其此次高于市价的增发中,投资者并不买账,最终有高达28.51%的增发股份即10266万股由以中信建投牵头的承销团包销。而近期再融资破发潮涌，意味着参与增发的机构全线套牢。

“上一轮增发股份余额包销涌现的情况,还是出现在2008年大熊市之中。近段时间来这种情况再现，意味着市场心理脆弱到了极点。”上海一位基金经理助理对本报表示,“接下来新股、增发股份发不出去,将是大概率事件。”

据本报了解，近日多家有意公开增发的上市公司，已在券商建议之下转向保守战略。

余额包销重现

长安汽车原拟以9.74元/股的价格发行不超过4.66亿股,但结果却是实际发行3.6亿股,募集资金总额为35.1亿元,较之前设定的上限目标分别缩水23%和12%。长安汽车增发前的停牌价为9.64元，增发后股价更是一路走低,1月27日该股股价收于9.68元,承销团账面仍浮亏615万元。

上海一家企业年金管理公司负责人告诉本报:“我们判断汽车行业将由高速增长回落至平稳发展，汽车股因此也难有大涨的契机。最重要的是,我们不看好当前的市场行情，以后完全可以用低得多的价格在二级市场买入，因此对参与上市公司的增发就没有兴趣。”

长安汽车公开增发遭遇滑铁卢并非孤例。2010年12月17日,国电电力再融资中签率公告,网上、网下的机构投资者中签率均为100%,另有25227万股被承销团余额包销,占再融资规模的8.41%。其中,招商证券以包销21389万股成为第二大股东,价格为3.19元/股,位列该公司第二大股东。1月27日该股股价收于2.95元,低于3.19元/股增发价，招商证券账面浮亏5000多万元。

上一轮类似现象的出现，要追溯到2008年。据悉,浦东建设于2008年6月23日公开增发,发行价为10.64元/股,发行数量不超过1.2亿股。作为保荐人和主承销商,海通证券包销了9213.78万股,占比高达76.78%。2008年7月1日,合加资源以14.9元的价格公开增发3000万股,但最终有效申购不足，以宏源证券为首的承销团耗资超过1.8亿元，包销了1217.4万股的剩余股份，占合加资源该次增发总股本的40.58%。

有意思的是，随着2009年股市反弹，上述两只股票大幅上涨，承销商也因祸得福,进账不少。知名市场评论人士郭成琳认为:“整体而言目前市场处于一个相对低估的水平，后市股票出现上涨也是大概率事件,但何时出现,却是很不确定的。因此,这个过程对承销商而言将非常痛苦。”

据了解，因为公开增发项目要采取余额包销的方式，涉及到公司的净资本和自营部门的利益。一旦出现余额包销,不但自营业务将处于被动,而且其他的保荐、承销项目将受到限制,可谓牵一发而动全身。

> 如果连IPO都遭到冷遇,其他的再融资行为就更是雪上加霜了

根据中国证监会下发的《关于加强资金申购和承销业务管理有关问题的通知》,因包销剩余股票导致单只股票规模超比例的，应自该股票上市之日起逐步卖出该股票,其间不得买入该股票;导致自营总规模超比例的,应同时限制买入其他股票,直至公司自营业务规模符合规定标准。

催生保守疗法

“我们现在对于公开增发的项目都很谨慎,因为不确定因素实在太多了,一般都劝客户改做定向增发、可转债等融资方式。如果实在不行,我们也就只有放弃这个项目了。”上海一位投行负责人对本报无奈地表示。

近日,珠海中富披露2010年定向增发情况报告书。报告书显示,其以7.10元/股的价格发行股票6800万股,募资总额4.83亿元。而发行前,该公司原拟募集不超过7亿元的资金。据法律顾问君合律师事务所披露，该公司此前向124家机构及个人发出认购邀请,但最终仅有22家机构和个人参与,参与率不到20%。而这22家机构和个人中,出价超过最终认购价7.10元的共有7家,其他15家出价均低于此。

1月25日,创业板5只股票上市,其中4只开盘即破发,最大跌幅接近15%。而近日即将上市的东富龙新股中签率高达7.16%,创下创业板中签率最高纪录。该股发行市盈率高达96.63倍，在5只新股中居首。这显示出近期新股破发潮已波及一级市场,投资者申购新股风险意识显著增强。

“打新股历来是保守型投资者最后的阵地，但频频的破发行为使得他们也被迫停止打新，这意味着市场人气已经到了极度低迷的时刻。”国信证券深圳红岭中路营业部一位长期打新者说,“如果连IPO都遭到冷遇，其他的再融资行为就更是雪上加霜了。这时还想公开增发,说得直白点,是有点不自量力。”

据了解，目前公司债和可转债的承销费率一般为1%,定向增发和配股的承销费率一般为2.5%左右,而公开增发由于风险较高,承销费率一般为4%以上。

泽晖投资公司研究总监杨建指出,“投行作为中介机构,主要是赚取承销费用,余额包销却使得股票砸在自己手上，被动成为股东,这本来就是比较忌讳的。一方面意味着发行不成功，另一方面还占用了公司大笔资金,并且不知道什么时候解套,这就偏离了当初承销的初衷。”

本报从有关渠道获悉，近日多家有意公开增发的上市公司,在券商的周旋下,目前均开始采取保守的态度，有的考虑发行公司债或可转债，有的则干脆压缩项目开支,静观其变。

机会不再有 2010 年封闭式基金最赚钱

本报记者 赵娟 北京报道

若说 2010 年哪类基金最赚钱，那要当数默默无闻的封闭式基金了。

去年，最赚钱的开放式股票型基金净值增长率为 37.77%，最赚钱的封闭式基金二级市场的最高回报率则达到 52.67%，而上证综指全年下跌 14.31%，深圳成指下跌 9.06%。

每值岁末年初，传统封闭式基金都会有一波分红行情。1 月 24 日，基金 2010 年四季报悉数披露，据天相投顾统计，26 只封基截至去年底可分配利润为 57.78 亿元。不过目前，传统封基的折价率已经达到历史底部，而随着到期日的临近，越来越多封闭式基金将逐一退出历史舞台，其折价率缩小趋势日益明显，封闭式基金回报率大幅跑赢指数和开放式基金的情景或难再现。

> 每年底是布局分红行情的时点，而折价高、分红幅度较大的封基分红行情较为明显，但今年的封基分红或难以走出独立行情

隐形冠军

根据展恒理财统计的数据，26 只传统封闭式基金 2010 年二级市场的平均回报率达到 19.11%，而去年开放式股票型基金的平均收益率仅 2.89%；考虑分红因素后，表现最好的基金丰和、基金通乾、基金景福二级市场回报率分别达到 52.67%、46.62%以及 45.85%，远远跑赢大盘和开放式基金。去年年初在二级市场选择折价率较高的封闭式基金买入并坚持持有的投资人获益颇丰。

2009 年，封闭式基金二级市场平均回报率为 83.83%，小幅跑赢当年开放式股票型基金 71.54%的收益率。

分析普遍认为，净值的增长和折价率的下降是过一年封闭式基金二级市场高回报的主要来源。2010 年封闭式基金平均净值增长率 5.01%，但许多封基的折价率下降超过 10%。

封闭式基金的折价是指二级市场价格低于净值，封闭式基金是国内最早出现的基金品种，限定发行份额和产品存在期限。最多时国内共有 54 只封闭式基金，份额固定的封闭式基金为基金公司早期发展提供了稳定的管理费收入，不过国内大多数封闭式基金没有摆脱折价的命运。

价格取决于价值和市场情绪，封闭式基金的价值是其每周公布一次的净值，而净值公开、透明，一位业内资深人士用“水至清则无鱼”形容封闭式基金的二级市场，2002 年以后封闭式基金的折价率开始逐步上升，部分封闭式基金长时间的折价率高达 30%以上。

展恒理财统计的数据显示，2010 年封闭式基金的平均折价率从年初的 20%逐步下降。

由于 2008 年的下跌，2009 年许多封闭式基金难以分红，直到 2010 年二季度将 2009 年的收益分红后，封闭式基金的折价率在算法上扩大，当时短期内再度出现折价率的高点。

但整体上，封闭式基金的折价率在 2010 年呈现下降趋势，最后半个月下降更是明显，年底的这一值仅为 10.65%。

“去年年中封闭式基金的吸引力因为高折价率而提高，再加上到期因素，当时许多一对多的公募专户产品都投资了封闭式基金。”展恒理财分析师刘晶称。

而股指期货的推出也令封闭式基金的套利机会更被机构青睐。2010 年许多券商推出报告称，可通过买入到期日近的、高折价率的封闭式基金，同时卖空股指期货，实现无风险套利。

到期临近，封闭式基金的价格有向净值回归的规律。目前市场上的这 26 只传统封闭式基金有 19 只成立于 1999 年之前，绝大多数为 15 年到期，今年 5 月 10 年期的基金裕泽即将封转开，其后 2013 年到期的共有基金开元、基金金泰、基金兴华、基金安信、基金裕阳 5 只，大多数产品将于 2014 年到期。

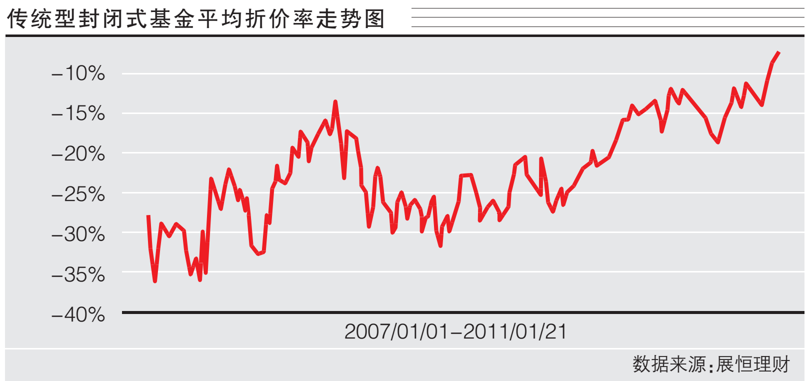
其实从 2009 年以来封闭式基金二级市场的折价率就呈现出明显的回归趋势，即使中间会有震荡。2009 年封闭式基金的平均折价率为 24.04%，2010 年这一数字则是 14.26%。

德圣基金研究中心首席分析师江赛春称，“临近到期日，以及封闭式基金的投资价值，例如分红行情、股指期货套利机会等被市场充分认识、参与者逐渐增加，都是其折价率逐渐走低的原因之一，再加上近期的分红因素以及上一年封基的不错表现使得其折价率目前处于较低水平。”

封闭式基金净值每周公布一次，截至 1 月 21 日，封闭式基金平均折价率仅为 7.01%，甚至基金安顺出现溢价，历史上，这样的折价率水平只在 2003 年前出现过，而目前已经是历史最低水平。

也有分析认为，目前 A 股整体调整，封闭式基金净值下跌惨重也是近期折价率下降的因素之一。

传统型封闭式基金平均折价率走势图



数据来源：展恒理财



在封闭式基金分红普遍预期下，资金涌入往往会推高封基二级市场的交易价格，引发分红行情 CFP/ 供图

机会或难再现

基金通乾、基金景福等一些封闭式基金最近两年都实现了较稳定的净值收益，但是江赛春认为，封闭式基金折价率缩小带来的叠加收益在今后将越来越弱。

这在今年分红行情中已显现出来。

封闭式基金分红普遍发生在每年 4 月份，分红后在算法上封闭式基金的折价率提升，但通常很快即回归合理水平，因此，在分红预期下，高折价时买入低折价时卖出或等待折价回归进行套利的资金，往往会推高封闭式基金二级市场的交易价格，引发分红行情，分红行情通常会在 4 月份前提前进行。

通常每年底是布局分红行情的时点，而折价高、分红幅度较大的封闭式基金分红行情较为明显。不过今年的封闭式基金分红或难以走出独立行情。

从 2010 年 12 月底开始，封闭式基金的折价率从 10%逐步提高。虽然 2010 年三分之二的封闭式基金都取得了正收益，从前三季度的利润情况和四季度封闭式基金收益率情况来看，这些基金都有红利可分，不过分红力度将远不如 2010 年分取 2009 年收益时大。

根据展恒理财的统计，目前封闭式基金的平均折年收益率（即根据到期年限计算的目前折价率下的年化收益率）近 1.73%，刘晶指出，折年收益率的中枢值在 4%，处于分红行情阶段至少在 2.5%以上才有投资价值。

“分红后折价率扩大的幅度与分红力度以及此前的折价率有关，分红力度越大、折价率越高，分红后折价率扩大的幅度也越大，而能否快速回归到合理折价率水平则与市场环境有很大关系。”刘晶称。

以目前的折价率水平看，今年的合理折价率水平已经水涨船高，而从历史走势看，2008 年–2010 年的 4 月分红后封闭式基金的折价率都出现过明显扩大，今年这一扩大幅度也或不及往年，折价率扩大带来的封闭式基金二级市场价格的买入机会或将难明显再现。

破发“病毒”的利益基因 定向增发灰色链条揭秘

本报记者 李保华 深圳报道

破发“病毒”正在从 IPO 市场向增发市场迅速散播。

Wind 数据显示，自去年 12 月至今，在 41 家定向增发的上市公司中，对比 1 月 28 日开盘价，已有江中药业、国电南自、华能国际等 9 家上市公司已跌破增发价，占比近 22%。有统计显示，2010 年以来完成定向增发的 166 家上市公司中有 31 家破发，套牢近千亿资金。

虽则如此，但基金对增发股的热情却空前高涨。在 2011 年前两周里，有 8 家上市公司发布定向增发上市公告，基金参与了其中 7 家。而在 2010 年全年 156 家公司的定向增发中，基金仅参与了其中的 63 家。

根据 Wind 数据统计，去年四季度有 49 家上市公司定向增发，其中 18 家的参与者中出现了基金，而去年三季度 24 家上市公司定向增发只有 6 家的参与者中出现基金。

本报了解到，在定向增发的背后，除了价格等让基金有参与的冲动外，一条由上市公司、券商投行和研究部门、基金等买方机构的隐秘利益链悄然潜伏于其中。

增发利益链

“总是在增发的时候，才发现了增发股的价值。”一位基金公司投资总监如此感叹。

他表示，在定向增发的利益链中，由券商和上市公司签订定向增发协议，然后券商要做的第一件事就是怎么去勾兑基金等机构参与定向增发。在这个过程中，上市公司一般以财务顾问费用等方式将融资金额约 1%左右的费用给予券商作为介绍机构参与增发的中介费，负责承销的券商再将费用分配给基金等机构以及相互配合的研究员和财经公关公司。

“隐性的是利用老鼠仓、内部消息等方式变相创造收益，简单的也有直接给现金的”，上述投资总监称。本报咨询的多家基金经理认为，这种不规范的方式在业内确实存在。

由于定向增发中，一般情况下原股东不需要认购，相对公开增发来说没有为投资者的信心背书，在市场不好时，已经有多家公司定向增发失败。而且定向增发的审批程序更加简单快捷，也省去了路演的麻烦，此时，投行等中介机构背后的资金优势开始凸现。

一家大型券商的投行负责人称，券商推荐私募基金参与定向增发、收取中介费的方式早已存在。他表示，“本身和定向增发的承销费率下降太快有关，投行也被迫通过收取介绍费等方式求变。但现在也不好做了，部分上市公司本身和基金等机构存在良好的关系，券商只作为通道收取的费用就非常少。”

上述投行负责人称，其所在的券商最近帮一家企业定向增发了 6 个亿，但只收了 800 万的承销费。他表示：“定向增发的对象企业都找好了，也不需要我们余额包销，甚至连简单的沟通程序都省掉了，只需要借用投行的通道。”

每当有股票需要定向增发的时候，常会“恰好”有长期不关注的该股的研究员发现了该股的价值。本报获悉，券商的研究员和部分财经公关公司也卷入其中。上述基金公司投资总监称，基金经理需要卖方的报告为参与增发提供逻辑支撑，特别是该股不在公司的股票池中的时候。

一家财经公关公司在介绍公司做增发的优势时明确表示：我们和国内的大型基金公司的基金经理、排名靠前的几乎所有行业的券商研究员都有长期的合作关系。

定向增发诱惑

除了上述链条外，即使在制度框架下，价格、估值、管理费用等方面都让基金对定向增发产生冲动。

按照相关规定，上市公司进行非公开发行时，其定价不得低于发行基准日之前 20 个交易日平均价格的 90%。

一位深圳基金公司的基金经理认为，特别是在股市上行时，这个价格对基金来说是个不小的诱惑。同时也避免了从二级市场大量买入后造成的冲击成本。

定向增发股一般都必须锁定 12 个月，尽管估值方式已经调整，但增发股还是占有估值优势。

早在 2006 年，基金也曾大规模参与定向增发。基金公司对所持的锁定期的增发股仍按其最近交易日的收盘价估值，这令基金公司将这些 9 折购入的限售股的收益直接体现在净值中并能拉高短期排名。

但监管层随后发现了这个漏洞，从 2007 年 7 月 1 日起执行新会计准则。

“当增发时增发价和二级市场价格存在较大价差时，按照新会计准则估值仍占优势。新会计准则的公允价值、估值假设等本身都是人为估计出来的。”上述投资总监称。

此外，这些增发股在锁定期一年的时间里，基金公司基本不用付出劳动，但同样坐收 1.5%的管理费，而这有违背主动管理的开放式基金的本质之嫌。

不过，在弱市当中，增发价高于先行股价以及破发的现象频频出现，使得定向增发对于基金的诱惑大大减少。维系他们参与热情的，只剩下为数不多的理由。




星河湾
StarRiver
祝愿2011，生活处处精彩，兔年大展宏图
Celebrating the New Year!
星河湾
StarRiver
一 个 心 情 盛 开 的 地 方
2010，星河湾一路绽放。
跨越广州、北京、上海和太原，雕琢建筑艺术品，
搭建中国高端的生活、事业、修为平台，
为中国喝彩。
2011，秉承“舍得、用心、创新”的精神，
星河湾将继续推动中国高端人居发展，呈献国际圈层生活典范。
新的一年诚挚祝愿所有的邻居、朋友和伙伴：
心情更加盛开，生活更加精彩！
广州星河湾：广州市番禺区迎宾路星河湾 品鉴尊线：(8620)84795988
星河湾·海怡半岛：广州市番禺区沙滘岛东端 品鉴尊线：(8620)39209999
浦东星河湾：上海市浦东新区锦绣路2580弄 品鉴尊线：(8621)58818888
上海星河湾：上海市闵行区都会路3799号 品鉴尊线：(8621)52236666
北京星河湾：北京市朝阳北路四季星河路 品鉴尊线：(8610)85519999
太原星河湾：太原市小店区星河西路8号 品鉴尊线：(86351)7266666
预售证号:番禺房预(网)字第20090280号 穗府地名:[2009]141号 标准地名:海怡半岛花园一号园 本广告之内文资料、图片及相关信息仅供参考，发展商保留最终解释权。

PE 退出趋向多元 并购交易成另一通道

本报记者 胡中彬 北京报道

2010 年,本土资本市场的 IPO 依然绚烂夺目。

但越来越多的势力都来争夺 Pre-IPO 的蛋糕,试图在 IPO 盛宴中分得一杯羹,Pre-IPO 也在如火如荼的 PE 浪潮中变成了一片红海,这让 PE 们寻思着更多的机会,嗅觉灵敏的 PE 们正在寻找着另一条退出的捷径,通过并购交易的方式退出。

数据显示,去年中国国内并购交易异常活跃,并购市场实现了井喷式增长,而 PE 参与其中的案例也大大增加,同比翻了一番。

记者发现,有着丰富投行经验的 PE 机构们已经在并购退出的道路上驾轻就熟,而许多本土 PE 则仍然死死地盯着证监会发审委的那张得之不易的发行批文。

> PE 愿意找到一个他们认为成熟、靠谱的管理团队的公司,借这个平台去整合产业,如今这种案例越来越多

并购大幕

2010 年,中国的创业板在其出生第二年依旧神采奕奕。IPO 以回报收益高、影响力大而成为了许多 PE 退出的首要选择,在创业板诞生后,积累了多年的上市项目出现了井喷,让 PE 也在创业板市场的 IPO 盛宴中尽情狂欢。

对 PE 而言,盛世之下危机若隐若现,许多投资人都曾抱怨行业高价抢夺项目的屡屡出现,这是他们忧虑的事情之一。他们更要面对的现实是,越来越少的可入股企业,IPO 溢价逐渐消失,上市审查的更趋严格等等,都使得 IPO 这条宽敞大道面临着更多的挑战。

与此形成鲜明对照的是,在国外成熟资本市场,Pre-IPO 带来高收益时代已然结束,通过 IPO 实现爆发的机会其实并不多,反而是收购交易为 PE 开辟了新的战线,也带来了更高的收益,国际上许多知名的 PE,如 KKR 和凯雷投资,都是并购专家。

事实上,并购交易也并非只是 PE 实现退出目标的一种交易方式,通常也是 PE 整合资源,参与更多项目,攫取更高收益的途径。

"相较而言,IPO 受各级地方政府的重视和推动,而并购交易对经济推动的隐形效果使得政府部门推动得比较少。"东方富海董事长陈玮称。

但中国的并购市场的活跃度正在大幅增加。

2010 年,在中国经济高速增长的带动下,在国家并购重组相关扶持政策的刺激下,中国企业并购扩张的热情升温。全年各季度完成的并购数量,较 2009 年各季度均实现成倍增长,交易金额也不断攀升。2010 年中国并购市场共完成 622 起并购交易,同比增长 111.6%;其中 501 起披露价格的并购交易总金额达到 348.03 亿美元。

一些嗅觉灵敏的 PE 正在将目光盯向并购市场。2010 年,在清科研究范围内 VC/PE 相关企业并购共完成 91 起,同比增长高达 116.7%;69 起披露价格的并购交易总金额达 63.64 亿美元。

"中国有很多产业的分散度比美国要高,更适合做并购。现在,越来越多的 PE 联合投资的公司,一起参与行业并购和整合,这将是未来一大趋势。其实,杠杆收购在美国也是从 20 世纪 70 年代开始逐渐变成受 PE 欢迎的并购行为。"信中利一位人士称。

银湖投资集团董事总经理陈恂认为,应从几个不同层面定义这个市场,一是杠杆收购。在人民币环境之下,现在应该是非常难做的,原因是要做成一个成功的杠杆收购,一定要有一个非常成熟的债权市场,包括企业债、银行债和中间债等等。现在中国根本就没有,当然希望一段时间之后能够发展出来。所以今天中国发生的杠杆收购,如果存在的话,也一定是境外机构在做。

而与杠杆收购对应的是,购并融资,就是 PE 并购基金,把资金提供给 A 公司,A 公司再利用资金去收购 B 公司。这也是常见的一种并购形式,目前在中国正方兴未艾。

现在,国内也开始出现这么一种模式,即 PE 愿意找到一个他们认为成熟、靠谱的管理团队的公司,借这个平台去整合产业,如今这种案例越来越多。

先行者

在国内的 PE 市场,已经有一些成功的先行者。

1 月 25 日,中联重科董事长詹纯新在意大利总统府获颁了"莱昂纳多国际奖",这是中国企业家首次获该国际奖项。詹纯新能够获得该荣誉的幕后功臣少不了国内知名 PE 机构弘毅投资。

弘毅投资 2006 年起便成了中联重科的战略投资者,2008 年,中联重科突然宣布正式并购全球第三大混凝土制造商——意大利 CIFA 公司,这成为了前述詹纯新获颁奖的直接原因。

事实上,在推动中联重科对 CIFA 公司的收购过程中,弘毅投资并不仅仅是一个起到核心作用的导演,还是慷慨解囊的财务投资人。在该收购中,共同投资方合计支付 2.515 亿欧元,其中中联重科出资 1.626 亿欧元,另外的 1.084 亿欧元由弘毅投资、高盛和曼林达基金共同出资。由于在海外操作,该交易中也出现了杠杆收购的身影。

这起案例成为了 PE 业界誉为经典的并购案例,即便最初弘毅投资受到了很大的质疑。对于中联重科联合收购 CIFA 公司的组合,被赵令欢称作海外收购的"天作之合",并常常提醒记者应该多关注这起并购的效果和影响。

而弘毅投资在此次交易中体现了超强的并购才能,并将收益提前进行了锁定。收购协议约定,在收购三年后,弘毅投资可以寻求退出,而回购价高于进入时的 EBITDA 倍数。

最早涉猎国内 PE 投资的弘毅在并购交易方面的意识已经非常成熟,中联重科只是其经手的并购交易案例之一。

形形色色的并购交易正在中国的 PE 机构中逐渐闪现。陈恂所在的银湖投资集团不久前也进行了一个并购交易的尝试,银湖投资以 1.24 亿美元现金收购分众传媒手中 62%的好耶股权,而后续将如何运作这部分股权则不得而知。

事实上,整体而言,国内 PE 机构尚未大规模地涉足并购交易领域,因并购交易往往比股权投资更复杂和多变,IPO 市场火爆导致的股权投资热也让并购交易的荣光暗淡了不少。而从先行者的状况来看,本土背景的 PE 没有外资背景 PE 机构在并购交易方面活跃,究其原因,是因为本土机构目前更愿意在股权投资上投入更多的精力,而外资机构在并购交易方面更有经验,这也是其在中国市场的竞争力之一。但是从另一个维度看,PE 机构里与投行渊源颇深的机构也更重视和擅长并购交易,如鼎晖投资在投行业务的实力上就非常强。

从事于投行业务的华兴资本创始人包凡认为,在中国,并购市场一直存在,但前几年资本市场太混乱,不是卖家期望值太高,就是买家不愿出价太高,相比 IPO 市场,低迷得多。他相信,今年的并购交易还将较去年大幅提升。

风险防范为主导 银监会订立衍生品监管新规

上接 19 版

新办法要求,银行业金融机构从事非套期保值类衍生产品交易,其标准法下市场风险资本不得超过银行业金融机构核心资本的 3%。监管部门可以根据银行业金融机构的经营情况在该资本比例上限要求内实施动态差异化管理标准法下市场风险资本的计算方法按照《商业银行资本充足率管理办法》的相关规定执行。

银监会在其网站上表示,此举加强了银行业金融机构衍生产品业务的市场风险资本约束,并要求银行业金融机构对交易范畴内的衍生产品业务规模进行上限管理,以加强银行业金融机构在衍生产品业务中的额风险意识和资本意识。

"这事实上也导致了监管的难度,以前只要看交易主体就可以了,但现在则要在银行自己做衍生品业务的时候区分其是为了规避风险还是为了投机获利,这其实是一个渐进的过程,有的时候没有一个很明确的分界点,其实这是一个金融学上的哲学问题了。"上述交行投资银行部负责人表示。

但银监会相关负责人则表示这个区分只需要看是在银行账户中还是交易账户中即可。但某大行金融市场部人士则表示目前这两个账户所对应的这几种交易并没有严格区分,还需要各家银行统一操作。

银监会从审慎监管和防范风险的角度出发,在要求银行业金融机构审慎从事衍生品交易业务上,新办法要求,银行业金融机构从事衍生产品交易业务,在开展新的业务品种、开拓新市场等创新前,应当书面咨询监管部门意见。

银行业金融机构被要求应当谨慎涉足自身不具备定价能力的衍生产品交易,不得自主持有或向客户销售可能出现无限损失的裸卖空衍生产品,以及以衍生产品为基础资产或挂钩指标的再衍生产品。新办法还要求银行业金融机构应当加强对分支机构衍生产品交易业务的授权管理。

牌照制

牌照制被认为是银监会此次衍生品新规的最大亮点,但此前各家银行跃跃欲试的高级类资格并没有出现在新规的文件中。

此前,高级许可类牌照的规定确有纳入监管层的视野并进行讨论,但最终因划分标准被各个银行反对而只规定了两类牌照。

"原来是分为代客类、自营类和两类都有这三个层次的牌照,但我们认为如果一家银行连自营都做不好如何做好代客,所以我们表示反对,最终改变了划分标准。"某大行金融市场部负责人表示。

新办法规定银行业金融机构开办衍生产品交易业务的资格分为以下两类:一为基础类资格:只能从事套期保值类衍生产品交易;二为普通类资格:除基础类资格可以从事的衍生产品交易之外,还可以从事非套期保值类衍生产品交易。

银监会上述相关负责人表示:"基础类是以实现平衡资产负债管理、对冲风险为交易目的的,只做套期保值;普通类则是以衍生品交易为目的的,并按照巴塞尔协议的要求在交易账户中计提风险资本的。"

而此前的旧规定,只有一类牌照,因此商业银行可能还需要重新提交材料进行各类牌照的申请。

根据银行业金融机构的风险管理能力,监管部门可以对其具体的业务模式、产品种类等实施差别化资格管理。

申请基础类资格要求健全的衍生产品交易风险管理制度和内部控制制度、具有相关资质的业务人员、有适当的交易场所和设备等。而申请普通类资格的要求更加严格。

各项数据在财经报纸中均排名第一

《2010 年中国商务人士调查》数据

△阅读率第一
《经济观察报》在全国十城市商务人士市场平均每期阅读率为 5.8%,覆盖达 5.6 万人

△中青年读者规模第一
读者以中青年为主,25-44 岁的读者比例达到 77.2%。这部分人群是社会消费的主力军

△高学历读者规模第一
读者中有高达 78.3% 的读者具有本科及以上学历

△高收入读者规模排名第一
读者覆盖接近 3.9% 的家庭年收入在 100 万以上的商务人群

△具有海外经历读者规模排名第一
读者中,有海外工作 / 生活经历的比例达到 7.8%,有海外教育 / 培训经历的比例达到 14.0%

△读者就职公司规模排名第一
读者中 15.6% 身处拥有 1000 人以上正式雇员的公司,有 7.7% 身处 2009 年营业额 100 亿及以上的公司,这表明《经济观察报》对大公司的商务人士有较强的影响力

△就任公司高层读者比例排名第一
读者任 CEO 的比例为 44.9%,部门总监 / 经理比例为 47.9%

△读者拥有公司决策权比例排名第一
读者中,98.1% 的人在本公司中有一次性购买决策金额的权力,有 96.9% 的人有年度购买预算金额的权力

△读者负责管理的比例排名第一
读者中,管理 50 人以上企业的人占了一半左右。此外,8.7% 的读者管理 100 人以上雇员的商务人士

△读者主动阅读性排名第一
主动读者比例达到 62.2%,这为达到更好的广告效果提供了保证

△读者的广告阅读比例较高
阅读广告的读者比例有 76.9%

△读者的汽车拥有率及需求量比例排名第一
近 80% 的《经济观察报》读者拥有自己的私家车。较多读者在未来一年内拥有购车计划

△读者对住房预购率比例排名第一
《经济观察报》覆盖了更多住房的预购者,比例达到 6.3%

△读者对高端电视机的预购率比例排名第一
未来一年中,高端电视预购率有 6.5%,可见《经济观察报》读者对于高端电视的需求更大,对于该类广告的关注度也更高

△读者对笔记本电脑的预购率比例排名第一
未来一年中,笔记本电脑预购率有 11.8%,明显高于商务人士的平均水平

△读者对中高级手表的预购率比例排名第一
未来一年,预购物千元以上中高级手表的读者占到 8.5%

△读者对高档西服的预购率比例排名第一
79.1% 的人在过去一年中都购买过 3000 元 / 套及以上的高档西服

△读者对旅游需求比例排名第一
95.8% 的人在过去一年中有外出旅行的经历。另外,外出旅行乘坐飞机时,5.8% 的《经济观察报》读者都会选择座头等舱

△读者入住酒店高级别酒店比例排名第一
《经济观察报》商务读者中,34.9% 的人在商务旅行中会入住三星级及以上的酒店

△读者对银行金融服务的使用率排名第一
《经济观察报》商务读者中,75.3% 的人在过去一年中都使用过银行的某种金融服务

△读者对继续接受教育的需求比例排名第一
《经济观察报》商务读者中,有 32.2% 的人当前正在接受各种教育培训,另有 36.8% 的人在未来一年有接受某项教育培训的打算



《经济观察报》

注:
《中国商务人士调查》是是国内权威的专门针对商务人士的连续性调研项目,是量化媒体影响力及反映高端人群市场需求的第三方独立数据报告。
《中国商务人士调查》是面向企业中高层管理者进行的调查,样本选择标准为"规模在 50 人以上企业"担任"部门主管、经理以上职位"人群。调查的城市有北京、上海、广州、深圳、天津、杭州、成都、武汉、沈阳、大连。调查内容包括媒体接触、背景特征、生活方式 / 社会活动、价值观、企业决策和消费、产品、服务消费等 6 大方面。

编辑：邹卫国 E-mail:zouweiguo@eeo.com.cn 美编：赵刈 2011.1.31

那些边缘化的企业



本报报道组

回溯10年前，曾提出全行业收购中国市场的柯达，与中国七家感光企业中的六家进行合资合作，排他性协议让其他外资企业无法进入中国感光材料市场。那时的柯达野心勃勃，几乎就要统治整个市场。

都没有预料到，此后几年间，数字技术彻底摧毁了这个传统胶片行业的基础。2001年，柯达遭遇的行业危机开始显现。佳能、尼康等企业进入数码相机领域，传统胶片销售以每年10%的速度萎缩。2010年底，最后一家柯达反转片冲洗店关店。

某种意义上，所有的产品和市场都会最终走向衰退。正如柯达这样的案例所显示的，在新的行业周期中，随着技术高速发展、消费者的消费观念和行为的变化以及新的商业模式、业态的出现及冲击下，中国产业生态正在加速变迁。

技术与商业模式革新

2004年，一家名为京东商城的电子商务网站悄悄露面。当时这家公司就是卖电脑配件和帮人装配电脑。很少有人想到京东商城会对整个家电零售行业产生如此巨大的冲击。

目前B2C行业的主流电子商务公司共同特色，就是从一个品类切入，形成巩固的地位后再向其他领域延展。京东亦是如此，2004年切入电脑产品，2007年进入手机数码，2008年开始做家用电器和日用百货，到了2009年推出了IT服务、家电下乡等服务，2010年则开始尝试图书销售。

京东们的出现正在改变传统制造业的商业模式。之前制造商生产出产品后，通过制造商—批发商—零售商—消费者的渠道模式对外销售产品，过长的供应链增加的不仅仅是产品的成本，更重要的是，它已经不能够与新的消费习惯对接。

随着国内网民数量的增多，网购方式经过当当、京东、淘宝的多年培养，支付体系、物流的配送体系也逐渐成熟。

以电子商务为代表的技术革新，让曾经一直在行业内处于领先的终端零售企业感受到了危机。

在家电渠道终端占据统治地位的国美和苏宁已经坐不住了。

原来的观点是：家电连锁是业内最合理的销售渠道，而且并不是所有的产品都适合在网上卖。但在2010年，苏宁电器推出了苏宁易购网站，国美电器收购世纪电器网成立库巴商城亦开始做大网购。

不难想象，随着B2C的进一步完善，未来终端零售企业、甚至生产厂家都将进入这一领域，这也将导致曾经的零售业彻底变局。

产业变迁

在我们的判断中，发生类似的变局的行业，亦当包括房地产业。过去10年，房地产市场基本是卖方市场。

在城市化、房地产被定位于支柱产业的基调下，乃至房地产成为很多地方政府的主要财源的背景下，房地产业近十年的发展，高歌猛进。

但是，这些支撑因素正在变化。比如城市化这个推动因素，在当下已经出现了某些方向性的调整：2010年初开始，出现了白领向二、三线城市回流的苗头；在线人力资源服务机构智联招聘的一份调查显示，大学毕业生就职城市意愿也表明：一线城市的首选率在下降。

过去，这些人群的就业、生活指向可都集中在一线城市。但是现在，房价带动的其他生活成本的高企，是阻碍这些人进入一线城市的主要原因。

按照中国社科院的判断，中国的高速城市化进程将于2013年结束。仔细观察，国家发展战略的提法亦已变化：很少提城市化而代之以城镇化。

城市化是以层级的向上流动为主要特征的，而城镇化更多是就地转换身份，是一种平移。当城市化进程行将结束之时，就意味着，房地产业权重非常大的时代结束了，房地产业的边缘化时代即将来临。

对于房地产业本身而言，过去以住宅开发为其主要业态的形式也发生变化，商业地产、自持物业甚至以租代售将成为主流。

对于房地产行业而言，房地产开发模式处于龙头地位的时代结束了。以万科为例，当处于如此地位的企业，面临内部管理问题的时候，问题更加凸显。也许可以断言：这家企业的龙头地位正在瓦解。

消费新习惯

月收入1万元和月收入1000元的选择有什么不一样吗？

差异显而易见，随着中国国民收入迅速上升，国民的消费习惯正在发生着不可逆转的变迁。譬如，这些消费者正表现出对高端商品的购买倾向。

苹果iphone手机的热销显示，这些消费者甚至愿意花高出商品平均价格数倍的钱，来购买产品；这个产品甚至包括日常用的牙膏：云南白药牙膏的价格亦是普通牙膏价格的数倍，但是这种牙膏是中国最畅销的牙膏之一。

对于李宁、统一等等类似的企业而言，正在面临着这一困局，他正在重新选择他的目标市场。

>>26版
万科“增长的极限”
中通快递加盟魔咒
李宁迷途
>>28版
家乐福忧患
回不去的统一
巨人困境
携程“变异”

对于统一们而言，过去十年间，方便面在消费者心目中的形象就像是过山车，从贵族食品到方便食品、垃圾食品、被妖魔化食品；由人人喜爱的方便食品变成十大垃圾食品之一。如此的趋势中，这些企业的出路如何？

对于前两年还风光无限的网络游戏公司而言，同样如此。

所有网游公司都无奈的是，最有钱、最肯在网络游戏上花钱的那批游戏沉迷者，在经历了多年的游戏“磨练”之后，已经减少了在游戏上的投入。

对于老玩家来讲，永远是“打怪”、“练级”的网游运行模式已经没有多大吸引力。一个曾经是最早的游戏玩家抱怨称，每个网游进去都是先和“怪物”对战，有时是一只蛤蟆，有时是一个怪兽，自己傻傻地和它们你一刀我一斧地对砍，“简直对自己是一种侮辱”。

是的，玩家们长大了。事实上，所有处于这些变化中的行业的玩家们，也正随着这种趋势的变迁而重新排序。此过程中，如果仍然延续当下的模式和经验，一些产业及其领域中的公司失去主流地位甚至是衰退，是可以预期的。

如下，就是我们对那些或将失去主流地位的企业的预判。



地产

万科“增长的极限”

本报记者 柳郎 深圳报道

> 当城市化进入成熟阶段后，万科根本没有那么多的项目可公快速开发周转，那时候的万科才面临真正的挑战

当大城市的人口不再迅速膨胀的时候，或许就意味着依靠土地红利野蛮生长的中国房地产旧模式碰到了天花板。中国正在经历这一过程，一些大城市当下的主要课题已是如何控制城市人口。

万科总裁郁亮曾把中国房地产行业过去十几年的发展形容为足球赛的“上半场”。在他看来，遍地黄金的时代已经过去，未来房地产的竞争态势和势力格局仍然充满变数。

传统地产商们的下半场清晰可见，从2009年开始，地产商们开始把目标瞄向三个领域：二、三线城市，商业地产和地产金融。

万科董事长王石为万科定下了未来10年3000亿的目标，但同时他也下了死命令，2011年万科的销售额不能超过1400亿。在2010年为万科的商业地产和住宅的比例找到了二八的平衡点后，这位全世界最大的房地产企业的精神领袖正在寻找新的速度平衡。但是，如何将既有成长的模板复制到多路出击的千亿万科时代，还需要突破资本、土地储备和管理半径等多项天花板。

资本难题

中国银监会已经对大型房企集团内互保现象的风险提出警示。

这是一个让万科颇为挠头的问题。在2008年和2009年间，万科多次为控股子公司和关联方提供贷款担保。2010年以来，万科的担保贷款没有增加，主要得益于其信用贷款。

一家股份制银行的副行长称，互保是大部分大型企业集团贷款的主要来源，信用贷款对冲击3000亿级别的万科来说肯定是杯水车薪，随着规模的扩大，届时的万科可能贷款需求达到近千亿的规模，如此庞大规模的融资对万科的蓝图构成了巨大压力。

截至2009年末，万科有48.09亿元本币银行借款、87.84亿元本币其他借款皆为信用借款，占万科当期175亿元借款的绝大比例。

并不是所有的金融机构都认可信用贷款的做法。在万科现有长期借款的前五名中，万科至2010年6月末的对中国银行香港分行的4.89亿美元外币贷款，2009年发生的两笔合计19亿元两年期信托借款，2010年发生的两笔合计20亿元两年期信托借款，均需附带包括担保、质押在内的贷款条件。

资本层面，万科早就开始了布局。自2009年来万科几乎以零对价收购了16家香港空壳公司，甚至其中一天就收购了5家香港的壳公司。在资本压力下，万科资本腾挪的冲动不言自明。

万科在千亿道路上突飞猛进的同时，自身财务状况也开始了变化。

万科三季报显示，前三季其现金流量为负数12亿，上年同期则是正数112亿；同时其前三季度销售收入223亿元，但经营性现金流入是598亿，有63%的现金流不是来自当期的销售收入。

虽然规模得到急剧扩大，但万科的自我造血能力一直没有显著改善。与2004年的百亿销售额相比，6年之后的千亿万科，其销售额增长了9倍；2004年净利润约为9亿元，2010年万科按照前三季度的利润折约为50亿元，而这意味着万科6年来的利润增长不到5倍。

深圳一私募机构称，未来3000亿的万科中，还包含了利润更低的商业物业，如果万科的成本控制没有得到大幅下降的话，比1000亿万科的利润可能也高不了多少，一旦股东没有分享到企业规模扩大的收益时，股市上的再融资将会是个挑战。

土储挑战

万科在服务外包、专注于拿钱和拿地的同时，奉行快速周转的万科需要消耗大量的土地，这对万科形成了巨大挑战。

千亿万科在全国不断地吞噬土地。

万科在2010年的拿地策略较2009年的中庸显得有些激进。在新增土地储备较2009年增长68%的同时，拿地金额较2009年增长122.7%，几乎相当于公司当年销售额的一半。

去年万科新增项目数量为90个，分布在珠三角、长三角、环渤海、中西部四大区域的40个城市，新增土地权益建筑面积共约2100万平方米，平均楼面地价约为每平方米2700元。

在2009年，万科全年新增土地储备1244万平方米，全年新增项目的土地款为254.6亿，平均楼面地价为每平方米2047元。2010年万科所拿地块的平均楼面地价较2009年涨幅接近32%，因此万科也被质疑是推高地价、进而推高房价的推手。

以万科提供的数据推算，万科在2010年拿地合计支付地价款约567亿元，在国内各地产商中排名第一。其中，拿地总金额较2009年同比增长约123%。一旦规模再翻番，或者达到3000亿，万科对土地的渴求将无法想象，土地将成为不可避免的短板。

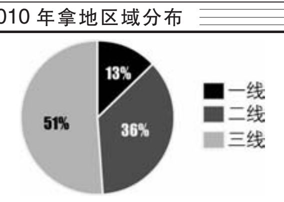
“在万科今后重点盯的三、四线城市中，市场化策略拿地的万科将更加没有优势。”上述私募机构称。即使拿到了地，地方政府也会有很多附加条件的要求，数量多了后也会让万科很难受。

目前万科在全国近40个城市拥有项目的同时还在不断进入更多三、四线城市，但在部分三、四线城市处于微利甚至亏损阶段。

此外，万科奉行的是逆周期拿地策略。表面上看这个策略非常吸引人，但是这不仅仅要求对周期有非常精准的判断，还有很难预期的政策性风险，如果调整的周期过长，逆周期拿地就很容易“死在半山腰”上。

相反，如果土地价格持续偏高，万科也会面临无地可以开发的窘境。万科自己也承认，在2007年和2009年的疯狂阶段，万科的高周转模式确实比较被动。

万科 2010 年拿地区域分布



资料来源：万科公告

为了应对土地储备短板，万科开始切入旧改项目和收购烂尾项目提高产量。万科去年8月已经获得的两个深圳旧改项目，被业内解读为增加土地储备的新武器。万科收购的烂尾楼项目贴牌生产由来已久，如果将收购的项目质量与万科的品牌匹配是个很大的挑战。

亚银投资首席分析师李大伟认为，当城市化进入成熟阶段后，万科根本没有那么多的项目可供快速开发周转，那时候的万科才面临真正的挑战。而他预期达到这个成熟阶段的时间大概需要7年。

中国社科院预测的中国结束高速城市化将出现在2013年。

管理半径

2010年，曾经作为万科标杆的新鸿基和帕尔迪两家企业的销售总额加起来不到万科的一半。万科已经悄然将汇丰银行作为新标杆。

郁亮也认为，汇丰银行的股东结构、领导人选拔机制、公司治理、股东关系协调、管理层驱动，都值得研究。没有一个可以全面模仿的标杆本身对万科就是一个挑战。

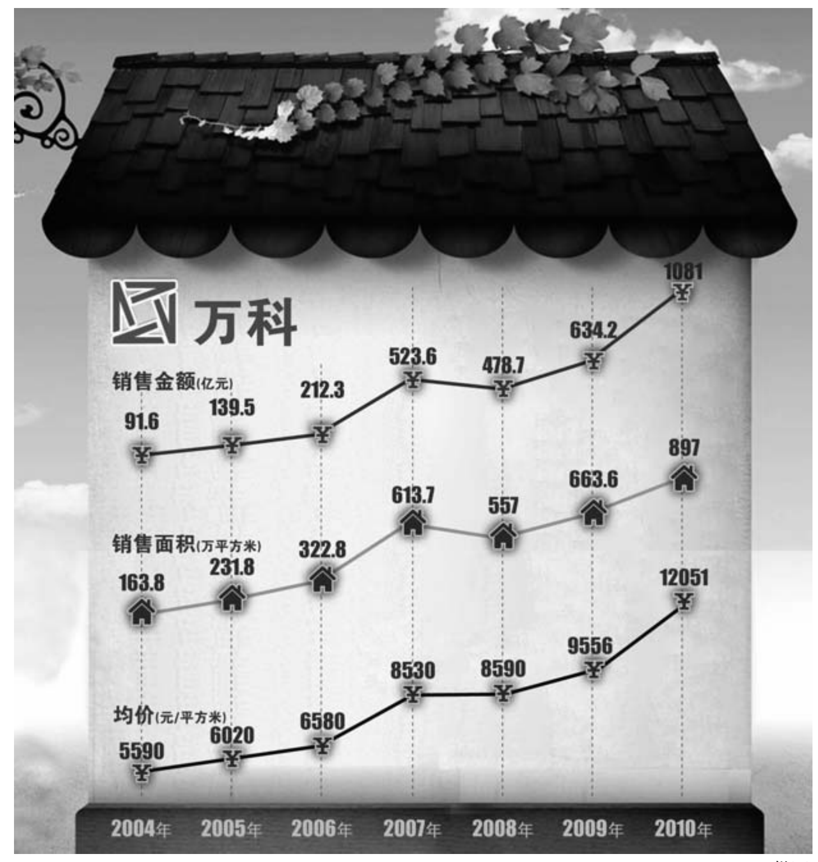
汇丰银行与万科所处的行业完全一样，万科能够学习的也就是其风险管理机制，至于万科要学习的高度统一标准化的同时又有分权管理的企业制度，可以借鉴的空间非常小。

随着万科在二、三线的扩展，万科在未来的目标是进入全国70个重要城市，这对万科的管理半径将提出更高的要求。万科董秘谭华杰对本报表示，千亿销售目标的实现，一方面将会给万科带来更大的规模效益，但另一方面也对万科的企业管理复杂性提出更大挑战。

事实上，在万科达到500亿规模的2007年，郁亮就注意到万科在规模和管理上的脱节。万科曾经出现过“装修门”、打砸楼盘销售处等多次负面事件。王石也曾反思，由于管理增长相对滞后，万科在过快的规模扩展过程中难免出现一些负面问题。

目前万科实施的是战略总部、专业区域、执行一线的三级管理架构。在地产系统中，又分成三层管理架构，第一层是集团总部；集团总部下面有4个区域本部作为第二层，这4个区域本部作为派出机构；在区域本部下面是第三层，按照城市设置公司。

万科的管理费用偏高一直是它多年来头痛的问题。目前，万科在该问题的解决上还未取得显著成效。



CFP/供图

物流

申通快递加盟魔咒

本报记者 刘伟勋 北京报道

春节假期将至，尽管公司已暂停收取部分城市的快件，但申通快递有限公司(下称“申通快递”)的留守快递员们仍比往年更为忙碌。这家中国第二大的民营快递公司，即将在兔年新春迎来第十八个年头。

得益于在国内率先采用的加盟制模式，申通快递1993年创建以来实现了低成本快速扩张，2010年的营业额突破100亿元。不过，加盟制的弊端已经显露。

最近两年，圆通、中通等同样依靠加盟制起家的民营快递公司，开始不约而同地加大直营比例，但申通快递依旧坚持加盟路线，并认为可以通过加强管理来弥补加盟制的不足。

无论是已经垄断国际快递市场的四大跨国快递公司，还是在国内数一数二的邮政EMS和民营顺丰速运，都采用了近乎100%的直营体系，这与95%的网点采用加盟模式的申通快递形成鲜明反差。申通快递能否打破快递行业“加盟制难以成功”的魔咒，探索出一条趋利避害的独特道路，现在来看仍充满不确定性。

加盟制引擎

1993年，23岁的浙江桐庐人陈德军和家人在杭州创业，从几辆自行车起步，经营上海和杭州之间的报关急件直送业务。随后，陈德军在上海注册成立了上海盛彤实业有限公司，这便是申通快递的前身。

申通快递是我国最早一批成立的民营快递公司之一，同时期进入市场的，还有起家于南方的顺丰速运和以北京为大本营的宅急送。缺少资金是这些企业的共同特点，而经营快递必须拥有完善的网络，二者之间存在着天然的矛盾。陈德军找到了一个看上去两全其美的低成本扩张模式，这一模式有两大支柱，一是承包经营，二是授权许可经营，即俗称的加盟制。

申通快递发展初期采用的承包经营，是指承包人在指定的区域内自行发展，自负盈亏，按文件每件1.5元、包裹每公斤1.5元交纳承包费。2002年，申通快递开始推行加盟授权体制，在网络需要的地方选择加盟商使用申通品牌，和总部形成业务合作，但双方没有股权关联。

申通快递在加盟体系中引入了派送费互免的制度，使对加盟商的管理从合同条款深化为利益纽带。

这一做法被其他民营快递公司所效仿，顺丰、宅急送也曾一度采用加盟模式。经过实践，民营快递企业对加盟商的利益分配进行了改良，大部分采用互相支付派费(送件费用)的机制进行内部结算。总部向加盟商收取材料费、品牌使用费等费用，负责建设信息平台和协调管理。

借助加盟制，包括申通快递在内的民营快递群体获得快速发展。目前，申通快递在全国各省市有600多个一级加盟商和2000多个二级加盟商、4000多个门店，50多个分拨中心，全国网络共有从业人员4万多名，上万辆干线和支线网络车，日均业务量超过100万票。

最近几年，快速兴起的电子商务让民营快递公司业务量激增，申通快递2010年很长一段时间的日均业务量超过200万票。目前申通快递接近70%的快件来自网络订单。

2010年，申通快递的营业收入突破100亿元，仅次于超过110亿元的顺丰速运，位居全国民营快递公司第二名。

坚持还是抛弃

随着民营快递的快速发展，加盟制的弊端也开始显现。中国快递咨询网首席顾问徐勇将这种弊端概括为，加盟商各自为政，以自己为原点，以自身利益为半径画半圆，为短期利益而牺牲质量和品牌。

对加盟制为主的民营快递公司而言，最主要的难题是一体化管控和内部利益协调，而快递业务需要网络化、一体化、信息化、集约化运作，加盟制很多时候成为障碍和瓶颈。据称，目前客户投诉率较高的民营快递公司，基本都是加盟式快递企业。

此外，加盟制民营快递企业还容易陷入产品单一、同质化竞争、大打价格战的恶性循环。

最近几年，圆通、韵达、汇通、中通等国内规模较大的加盟制民营快递公司，都在不约而同地对加盟制进行转型升级，核心是增大直营、参股和控股的力度，加大总部对网点的管控和利益统筹。

其中，多家民营快递公司推行了“三三制”的产权结构整合，目标将是1/3的加盟商进行股份制改制，1/3加盟商保留，1/3加盟商改制成为代理。

顺丰速运、宅急送则更早之前就已改加盟制为直营制，尽管资金投入较多，管理成本也有所上升，但随着一体化的推进和执行力的落实，其服务质量和运营效率拥有了体制上的保障。

不过，申通快递目前并没有打算采取同行们的做法，而是继续坚持加盟制的发展模式。该公司市场总监夏祖彬说，对于加盟制存在的一些问题，可以通过各种管理手段进行控制，关键在于加强掌控和管理力度。

快消

李宁迷途

本报记者 贺文 北京报道

作为中国最有实力的体育品牌，李宁公司最大的梦想莫过于有一天，“李宁”能够成为世界顶级运动品牌。

为了这个梦想，2010年，李宁公司决心做出改变——品牌重塑，就像它的新广告语所说的“make the change”(让改变发生)。

对于李宁公司的操盘手张志勇来说，他的任务就是在达到终点的过程中，如何保障李宁公司不会迷失方向，甚至南辕北辙。

张志勇反复强调，品牌重塑不是一蹴而就的事情。不过，外界似乎并不愿意给李宁公司这个180度大转身留太多的时间。订单下降、股价大跌、投行唱衰和减持，这些反应某种程度上可以解读为，经销商、投资者等对李宁公司的品牌重塑在“用脚投票”。

随着中国消费者购买习惯的明显变化，或许对于张志勇在内的李宁公司管理团队而言，在赢得想要的消费者之前，首先需要赢得的是时间。

尴尬

在此之前，李宁公司的日子过得很舒服。

1990年，李宁公司在一个几乎没有竞争的环境中诞生。长期依靠市场的自然成长，缓慢地扩大规模，并幸运地成为国产品牌老大。到2009年时，李宁公司在中国内地的营业额终于超过阿迪达斯，成为仅次于耐克的第二大运动品牌，尽管这次超越多少有些侥幸，2009年阿迪达斯因实施大的组织变革，阿迪达斯业绩下滑。

张志勇回忆说，起初李宁其实是依赖市场自然增长获得了“第一桶金”。在李宁品牌影响力的鼎盛时期，公司除了服装和鞋，还卖过领带、夹克等等，当时“李宁”牌夹克在中国国内一度风行。

不过，这样的日子一去不复返了。

中国体育用品的高增长时代已经结束，正在向调整期过渡。从2008、2009年之前的行业平均增长率超30%，到现在不及10%，行业将经历优胜劣汰进入新一轮的增长。

中国消费者的需求也正在裂变。

张志勇注意到一个现象，原来去香港购物的，都是北京、上海、广州、深圳一带的，现在都是二、三线城市的人往那边涌。同时，在中国600多个二、三线城市，类似于耐克、阿迪这样价格比较高的品牌，其市场份额并不低。

“中国企业现在最大的挑战，不是挣钱的问题，而是你有没有能力给有支付能力的人，提供他想要的好的产品和好的品牌，如何赶上消费的升级。”张志勇说。

让包括张志勇在内的李宁人苦恼的是，李宁公司已经做了那么多年，但消费者却几乎没人能说得清楚李宁的品牌个性到底是什么。

李宁是谁？李宁代表了什么？

其实，这并不是李宁公司独有的问题。目前，中国的体育用品公司里，几乎对“品牌”都没有明确的定位，包括消费者是谁，品牌的个性是什么，功能特点是什么，要做哪些运动品类，在产品和服务中如何把品牌个性描述清楚，在执行层面如何把“品牌个性”这种悬在空中的几个字变成创意等等问题，几乎没有系统的思考和解决方案。

从竞争的角度来看，李宁的现状也并不乐观。与晋江品牌比较，李宁不具备产业集群的竞争优势，集群带来的是成本的降低以及资源的优化。

在渠道布局上，李宁也相当尴尬。高端消费群主要集中在一、二线城市，而这些城市的高端市场已经被阿迪达斯、耐克等国际品牌所占据；而三、四线市场又多被晋江品牌占据。李宁多少显得“高不成、低不就”。

其实，包括张志勇在内的李宁公司管理团队，一直希望能够摆脱这样的尴尬。

在2000年后，李宁公司第一次做出了方向性的选择：向专业领域进军。试图效仿国际品牌的赞助模式树立专业特征，李宁公司几乎赞助了各种运动以及国内外的许多队伍。

2002年，李宁公司确立全新品牌定位：李宁，一切皆有可能。在此之前，李宁的品牌定位广告语曾用过“中国新一代的希望”、“把精彩留给自己”、“我运动、我存在”、“运动之美世界共享”、“出色，源自本色”等。

曾在李宁任职、现在担任关键之道体育咨询公司总裁的张庆说，当初明显带有模仿色彩的“一切皆有可能”在李宁公司内部引发了激烈辩论，最后居于上风的理由是，中国这个国家所走过的以及正在走的道路，充分证明了什么是“一切皆有可能”，这也契合真正的体育精神。

不过，对于大多数很少运动的中国人来讲，运动服装更多时候是作为休闲服装被使用，李宁的专业性进化某种程度上缺乏吸引力。而且，由于赞助的运动项目过于复杂，没有树立耐克与篮球、阿迪达斯与足球之间那种牢固的联想关系，李宁公司的品牌形象依然很不清晰。

选择

在市场的前后夹击中，李宁再度寻找新的定位。2010年6月30日，李宁宣布改变LOGO、进行品牌重塑，打出“李宁，90后”的定位。

它的广告风格有了明显不同。代言人林丹在新广告中说“不是我喜欢标新立异，只是我对一成不变不敢苟同”；普通年轻人说“别老拿我和别人比较，我只想和自己一寸一寸较量”、“你们为我安排的路，总是让我迷路”。

为了希望吸引18至30岁的年轻人走进店里，李宁公司要改头换面，而不再是用荣誉和拼搏激起四五十岁的中年人的共鸣。在李宁公司的管理团队看来，年轻人将成为中国体育用品市场的价值消费者主体。

此前，张志勇带领的李宁公司管理团队做过分析，中国的体育用品市场，最近三五年内，会往两个方向分化：基础市场，定位的是价格消费者；品牌市场，锁定的是价值消费者。

价格消费者对于产品的实际功能很看重，其商业模式的核心驱动力在于价值纵向整合，供应链短、供应速度快，不是靠高毛利，而是靠资金的流转速度来盈利。价值消费者除了实际功能，还看重感觉，其商业模式在于打造品牌的溢价能力，包括品牌的文化内涵的积淀等等。

在李宁公司再度重塑品牌时，还有一个重要背景——中国传统制造业面临的新状况：从2009年之后，中国制造企业的劳动力在整个产品价值中的比例，成本发生了明显变化，制造业已经奏响了告别“人口红利”的序曲。

2010年年底时，张志勇在拜访公司的供应商时了解到，东南沿海的供应商产能丧失严重，最多丧失30%-50%，即便工资涨了，也招不上来工人；到了内地，招到人，但是成本上升。而且，在未来三到五年内，供应商们预计，工厂的劳动力成本每年将上涨10%-15%，换句话说，5年后将翻一番。

同时，受开店成本不断攀升以及销售收入放缓的双重影响，经销商压力加大。

对李宁公司来说，在商业模式的选择上，它要么坚持做品牌、把价值溢价提升、把定价提高，要么压缩供应链、自己做直营。

选择做品牌运营商，李宁公司需要给供应商增加人工费用，要给零售商增加扣点。这整个增加的成本里面，通过对零售端的消费者溢价能够消化多少，而且品牌溢价不是一天就能做到的，这个节奏怎么把握，都是考验张志勇们智慧的问题。

此时，李宁公司在跑马圈地时期形成的渠道特色，某种程度上成为公司品牌转型的阻力。据公开资料，李宁公司目前有129个经销商及超过2000个分销商。大部分分销商规模都比较小，平均经营两家店。其中，超过1700个分销商仅经营一家店。

这些只经营单家门店的分销商，在跑马圈地时代曾给李宁公司立下汗马功，10多万元就可以开个店，店主本人兼任买手、陈列和库房专员，他们帮助李宁将触角伸到了大经销商无法触及的地区，让其以较低成本便可覆盖三级以下城市。 下转30版

大智慧

热烈庆祝

大智慧A股成功上市

股票简称：大 智 慧

股票代码：601519

保荐人及主承销商：西南証券股份有限公司
SOUTHWEST SECURITIES CO.,LTD.

承销团成员：CICC 中国国际金融有限公司
国泰君安证券股份有限公司
GUOTAI JUNAN SECURITIES CO., LTD.

零售

家乐福忧患

本报记者 刘伟勋 北京报道

临近2011年春节，在华风波不断的全球第二大零售企业法国家乐福又一次陷入漩涡。由于在中国部分城市的超市存在多种价格欺诈行为，家乐福受到价格主管部门的严厉处罚。

进入中国十六年来，家乐福门店数量和营业收入连年攀升的同时，其与利益相关方的摩擦持续不断：供应商断货抗争，内部员工受贿被查，员工工资多年未涨，就连家乐福价值观中最为关爱的消费者，也成为其蒙蔽的对象。

尽管备受争议，但家乐福依然在中国不断开店，门店内仍然人来人往，这样的繁荣能持续多久？再强大的企业也不能永远逆规律而行，如果不能消除在华长期存在的分权之忧和模式之患，不能及时回归商业的本质，家乐福的辉煌或许只是浮云。



尽管备受争议，家乐福依然在中国不断开店，这样的繁荣能持续多久？ CFP/供图

分权之忧

家乐福又一次接到中国政府开出的罚单。

国家发改委日前查实，家乐福在长春、上海、昆明等城市的部分超市存在虚构原价、低价招徕顾客高价结算、不履行价格承诺、误导性价格标示等多种价格欺诈行为。近期，国家发改委已责成相关地方价格主管部门对其依法予以严肃处理，没收违法所得，并处违法所得5倍罚款；没有违法所得的或无法计算违法所得的，最高处以50万元的罚款。

家乐福价格欺诈行为的一个典型案例是，长春市家乐福新民店销售“七匹狼男士全棉横条时尚内衣套”，价签标示原价每套169元、促销价每套50.70元，经查实原价应为每套119元。上海市家乐福联洋店、哈尔滨市家乐福大直街店、沈阳市沃尔玛中街店、南宁市沃尔玛朝阳路分店也存在类似“虚构原价”的做法。

家乐福对此发表声明称，“相关问题是由于我公司价签系统不完善而造成的，我们正着手进行升级改造”。

> 再强大的企业也不能永远逆规律而行，如果不能消除在华长期存在的分权之忧和模式之患，不能及时回归商业的本质，家乐福的辉煌或许只是浮云

16年前刚刚进入中国时，家乐福曾因违规开店受到原国家经贸委的整改处罚。2004年前，中国国内零售业尚未完全对外开放，家乐福通过“假合资”、借道地方政府绕开牌照审批等“擦边球”手法，在中国大举扩张，成为在华外资零售商中开店数量最多的企业。

2002年，原国家经贸委责令违规扩张的家乐福将在华27家超市的35%股权转让给中方企业，以符合《外商投资试点管理办法》的规定。

无论是初入中国时的曲线扩张，还是领跑市场后的价格花样，家乐福在经营中的灵活、务实和大胆都已显露无遗，甚至可以漠视国家法规和商业规则。在家乐福内部，灵活性高、适应性强被认为是一件开疆拓土的利器，而不是可能引发风险的“地雷”。

家乐福中国区原总裁施荣乐曾表示，家乐福很重要的一个优点就是适应能力强，在不同的法律环境下，家乐福会有不同的应变方法。

在业内人士看来，家乐福的善于应变，源于其针对中国国情采取的分权管理体制。

在中国发展的很长一段时间内，家乐福一直采用了“单店作战”的模式，每家门店的采购、运营、人事、财务相对独立，店长具有很大的自主权，能够快速应对市场变化。其弊端是门店权力过于集中，总部难以完全掌控，门店管理人员存在着较高的道德风险，采购、招商、工程等环节容易滋生腐败。

与家乐福相反，全球最大的零售企业沃尔玛采用了中央集权的体制，其特点是大部分权力集中在总部，门店管理层的主要任务是落实公司的各项规章制度，个人决策的空间较为有限。

2007年年中，家乐福北京CCU（城市采购中心）的1名生鲜采购人员和北京7家门店肉课的课长，因涉嫌收受供应商的贿赂被警方拘留。这一案件的详情和处理结果尽管没有对外披露，但很多人士认为，家乐福内部可能存在的灰色交易与分权体制下门店的权力高度集中有关。

下转31版

消费品

回不去的统一

本报记者 贺文 北京报道

从第二到第四，这是台湾著名食品公司统一企业（下称“统一”，0220.HK）在中国方便面市场上最大的尴尬。

虽然2010年上半年，统一的方便面市场份额经历三年的连续下滑后止跌回升，但这样的好兆头并没有改变业内对它的不再乐观的态度。

据统计数据显示，从2007年开始至今，统一在中国方便面市场的份额一直在10%左右徘徊不前。而同期进入中国内地开拓的康师傅，已经稳坐方便面市场的头把交椅，而且从2009年开始，康师傅的市场份额已经超过50%。

发展乏力

方便面是统一赖以起家的拳头产品之一，已经全面地覆盖了高中低档细分市场，但是，统一在方便面领域的耀眼光环，自2004年时开始逐渐淡去。

此前数年里，一直是康师傅（0322.HK）、统一雄霸中国方便面市场的半壁江山。这两个品牌不仅占据了内地方便面行业半数的市场份额，还拥有较高的忠诚度，整体实力明显高于其他品牌。

2004年，统一被华龙日清（即今麦郎方便面）以微弱的优势超越，丢掉了市场第二的位置。根据AC尼尔森的数据显示，当年，在销量上，康师傅、华龙日清、统一三家的市场份额分别是27.4%、16.3%、12.5%；在销售额上，康师傅的优势更加明显，占到整个市场的37.7%，华龙日清、统一分别是14.8%和14.7%。

从2007年开始，统一的方便面销售额更是一路下滑——2007年24.46亿元，2008年22.55亿元，2009年21.21亿元。尽管2008年统一成为北京奥运会唯一指定方便面品牌，但这样的重大营销举措也未能止住下滑的态势。

在2008年时，统一已经跌落出行业前三，河南白象挤了进来。2009年，统一与白象一直在角逐行业第三的位置。此时，康师傅在中国方便面市场的份额已经超过50%，统一则在10%上下徘徊。按AC尼尔森的报告，以销售额为基准，统一方便面2009年的市场占有率仅为8%–10%之间，康师傅则达到54.6%的新高，在康师傅财务长林清棠的期望中，2010年底，这个数字甚至可进一步提升至60%。

这期间，统一一度希望通过控股甚至是参股华龙日清来改变“出局”的命运。

2007年3月，统一台湾总部就高调宣布，计划收购华龙日清食品有限公司（下称“华龙日清”）和其子公司河北华龙日清纸品有限公司的股份，以此扩大其在中国大陆市场的业务。

之后，统一与华龙日清的合作在传言中由“收购”变成“合资参股”，但这一合作最后无疾而终。华龙日清是2004年日清食品株式会社注资15.54亿入股华龙，成立的由华龙控股66.6%的合资公司，据当时知情人士透露，华龙和日清两家企业对合作的态度十分微妙。

僵局求解

在连续三年下滑之后，统一的方便面业务在2010年终于迎来向上势头。

2010年8月，统一发布半年报称，上半年统一的方便面业务实现销售收入14.7亿元人民币，同比增长53.5%。同时，方便面业务的亏损也大幅减少至1260万元人民币，同比减亏52.3%。

对此，统一的解释是，企业延续了2008年下半年开始实施的经营策略，进行产品结构的全面优化，致力于高毛利高报酬的中高价面市场。尽管2010年上半年，方便面的主要原材料价格普遍大幅上扬，但企业的产品结构调整提高了企业对原材料价格波动的承受能力。

这场战略性调整，在统一内部被命名为“凤凰计划”。

按照计划，统一开始聚焦中高端方便面市场，进行产品瘦身，将原有的20多个单品系列缩减到10来个，将产品由260种削减到100种以内，清理掉“销量小/毛利差”的“不健康产品”，包括定位平价面的“好劲道”系列。

由于保留下来的都是高毛利、高附加值的产品，统一方便面的毛利率也从2006年的21.4%，上升至2009年上半年的30.5%。有数据显示，2009年统一方便面在中高价面市场上的市占率高达30%，列康师傅之后、居中高价面第二品牌。

一直以来，中低价方便面支撑着中国面业超过70%的大盘，然而巨大的产销量却不能带给企业可观的利润，行业超过七成的利润来自高价面市场。因此，在销量与利润的关系处理上，统一选择了利润，将市场重心撤出了中低价面市场。

为企业提供管理咨询服务的正略钧策公司顾问王益民认为，之前方便面行业的快速增长是基于“量的增长”，增速放缓甚至盘整期的方便面行业将进入“质的增长”阶段。

朝阳难现

2000年–2010年的十年间，中国方便面生产企业由800余家减至80多家，淘汰率高达90%以上。尤其是2008年–2009年，中国方便面行业进入最为复杂多变的产品结构调整阶段。

有数据显示，2008年方便面以产量下跌10%、销售额增长10%的双开曲线，方便面的总包数由2007年的498亿包，降至2008年的449亿包，首次拉响产量下跌的警示。

> 方便面产品升级跟不上消费升级，在方便食品领域中，薯片等休闲食品加速着方便面消费人群的分流

有行业预测，未来5年中国方便面业将进入平缓成熟期，但康师傅并不这样认为。

康师傅有高层认为，过去三年中，中国方便面市场的整体容量增长不快，不是市场饱和，而且行业经营者的策略有问题，包括集中在低价市场竞争，非油炸与油炸阵营的相互攻击等方面。

而市场数据也佐证了康师傅的选择。

近两年来，方便面销量下降，销售额保持增长态势，其中1.5元以上的中、高端面是增长的主要贡献力量。高价面市场份额一路上升，到2009年市场容量已经突破30%，而中价面、平价面和低价面（单包价格在1元以下）的市场份额则持续下降。在中高价面市场上，康师傅的市场份额接近或者超过70%，而位列第二的统一，其市场占有率还只在30%。

同时，统一与康师傅在渠道网络建设上明显的优劣势对比，更是凸显了统一进一步扩展方便面市场份额的难度。

有前统一内部人士称，统一方便面的营销网络不健全，目前主要集中在大型城市和省地级城市，存在大量开发不完善的市场，特别是乡镇及农村市场，统一在销售网络上还存在空白。统一的经销商在自己所辖区域内，只是在几条主干道路的超市卖场内销售统一产品，而居民区和小胡同的小型杂货铺没有进行有效积极的铺货动作。

由于方便面产品升级跟不上消费升级，在方便食品领域中，薯片等休闲食品加速着方便面消费人群的分流。

方便面企业正试图在趋势中寻找新的出路。目前，康师傅、华龙（今麦郎）、白象、统一、五谷道场等都已进入非油炸领域。

虽然康师傅官方一直否认加码非油炸，并在非油炸方便面的对外宣传上，一直很谨慎，对外称上述举动只是为了满足不同的消费需求，但作为油炸方便领域的龙头企业，康师傅开始加大对非油炸食品的投入，已经被业界解读为非油炸面品市场的快速成长和成熟将会是整个方便食品行业最有力的机会所在和增长点。

科技

巨人困境

本报记者 杨阳 北京报道

1月18日，当巨人网络科技有限公司总裁刘伟在游戏产业年会上大声讲出“今年行业结束了高增长时代，增长放缓”时，台下许多同业者亦发出了同样的唏嘘。

游戏行业正处在这样一个阶段——随着进入的公司越来越多，这个原本被看成是金矿的行业开始出现了明显的恶性竞争：公司之间互挖墙脚、游戏数量急剧攀升但大多雷同，利润率下降且ARPU（每用户平均收入）值下降。在这个时候，监管机构也推出了实名制管理政策。

在美国上市的中国概念股的市盈率几乎都在16倍以下——在美国的投资人眼中，这个行业陈旧且单一的盈利模式以及过度依赖某款游戏的做法，已经令他们不再具有想象空间。

是曾经的巨人正在老去，还是玩家长大了？

《征途》依赖症

事实上，巨人网络正在从低谷中恢复，该公司2010财年第三季度财报并不是那么难看。但巨人的用户付费水平一直在下降。

网游行业的监管力度越来越大。2009年6月，文化部、商务部联合发文《关于网络游戏虚拟货币交易管理工作》，同一企业不能同时经营虚拟货币的发行与交易，并且虚拟货币不得支付购买实物。

这本是防止网络游戏虚拟货币对现实金融秩序可能产生的冲击，但对巨人来讲，同时也断了带有赌博性质的“开宝箱”这个生财之道的路，致使此后两个季度巨人的财报出现了大幅下滑。

此外，巨人网络的收入依然重度依赖《征途》系列产品。

罗仕证券分析师宁波称，目前《征途》占巨人收入的80%到90%，此外，新的《征途》仍然是一款2D游戏，而行业的趋势是3D为主。

一个令人担忧的问题是，目前正被巨人网络寄予厚望的《征途2》，但分析师们普遍怀疑这款游戏是否会与此前的《绿色征途》等老版《征途》争抢玩家。

巨人集团的一位高管称，“产品线上我们除了征途系列一直也有新产品推出，既有自研的也有代理。”巨人其实也在试图尽早转变商业模式以应对网游发展的未来趋势。

不再沉迷的消费者

让所有网游公司都无奈的是，最有钱、最肯在网络游戏上花钱的那批游戏沉迷者，在经历了多年的游戏“磨练”之后，在没有更新的产品、创新的玩法刺激下，开始减少在游戏上的投入。永远是打怪、永远是练级的网游运行模式已经没有多大吸引力。

那些沉迷网游的高中忠实用户尽管已经步入工作岗位，变得更加有消费能力，但也有更多的事情分散了他们的时间和精力。

目前，国内公司的游戏玩法、盈利模式都高度相似，导致了蜂拥而入的游戏公司都赚不到钱。

就在消费者行为发生巨变的同时，这些网游公司的研发费用也在巨幅上升。

巨人网络除了给研发人员加薪外，还调整了期权。2010年的研发费用也比2009年增长了一倍，而且这还不是最终的水平。

看起来，巨人网络是在努力调整自己的高端路线，并且试图从此前的吸引高端人群消费转型到“薄利多销”的策略上——《征途2》就是在这一指导思想下产生的作品。

电子商务

携程“变异”

本报记者 胡怡琳 上海报道

竞争者的同质化竞争和产业链上下游的挤压，正给携程带来前所未有的挑战。不过，更为可怕的是那些正在迅速“变异”的颠覆性商业模式。

被叫板的携程

让北京鑫海锦江大酒店销售经理感到意外的是，短短七天内，“去哪儿”团购频道竟然为它的高级客房卖出1000间夜（酒店房间入住1天为1个间夜）。“团购的速度很惊人。”该经理表示。

这位销售经理口中的其他自然包括旅游业渠道老大哥携程。1月6日前，作为挑战携程模式的“小公司”，“去哪儿”仍然以垂直搜索为工具，为上游供应商提供营销服务以及可产生购买需求的点击量来赚取盈利。

随着团购频道推出，‘去哪儿’网的野心昭然若示——拉拢市场上更多对价格敏感的消费群，同时也使自己此前的盈利模式发生质的变化，从实际消费订单并收取利差。

目前最愿意从单一携程体系里“分流销售”的仍局限在单体精品酒店。iRearch的数据显示，2010年11月、2011年1月，“去哪儿”网日均、月度覆盖已经以微弱优势超过携程。

“去哪儿”合伙创始人、总裁庄辰超坚持认为，“事实上，各家酒店都希望推出多种促销方式，如果我们把整个预定流程分拆为预定前、预定中和预订后，那么“去哪儿”这样的垂直搜索引擎就在预定前这一环节，将客户流从携程渠道中分流出去。”

美股评论员也指出，他们担心这比同质化的竞争对手，给携程带来的挑战更为严峻。

携程的麻烦还不止这些，还有可能来自于，一些拥有庞大拥趸的互联网公司，以及试图进入直销市场的旅游供应商。例如，淘宝、腾讯等加入旅游B2C消费市场，进军在线旅行预订，也使携程在短期内难以逃避地，面临着价格敏感群体的“逃离”。

尽管携程始终否认自己在中国旅游服务市场已构成垄断，他们表示，自己只是在线旅游市场的龙头，“携程的平均份额只占4%。”然而自2009年以来，携程在酒店、机票、度假预订三块业务总营收已占中国在线旅游预订市场份额的一半以上。

携程变革

“毫无疑问，携程已经是整个旅游业的标尺了。”业内人士说，“不管它定什么价格，出于竞争策略考虑，肯定有人愿意比它出更低一些的价格。从长远看，会挑起整个旅游业的价格战，这最终伤害到的是整个行业，谁也没好处。”

“最终这种断打是一个洗牌和达到新平衡的过程。”上述业内人士表示。像2009年年中发生的格林豪泰脱离携程转投艺龙，事实上，就是一个很市场化的博弈过程。

同时，乐观派也预测，2013年，在线旅行预订市场将突破150亿元，那么2013年仅酒店、机票、度假三块预订业务营收，即可完全分享在线旅行市场的高增长性。

目前，携程应对变化的手段是做强旅游度假板块，即和各地旅游局联手做大自己的度假产品。在最近一年内，携程已与贵州、成都等大量地方旅游集团形成战略合作。

为了应对越来越多的，在市场上拥有话语权的上游供应商的脱逃，以并购起家的携程，在2009年前后数次购入如家连锁酒店，并积极推进自有品牌星程酒店的快速扩张。截止到2011年1月，星程酒店已开业过百家。

携程还走出了一步更具有想象力的棋。在1月14日正式宣布战略投资订餐小秘书，并将在未来推动后者上市。

一些观察人士认为，携程未来的方向，应该是美国运通模式。“不能打开的金融的渠道，仅仅定位在订机票上，基本上是没有前途的。互联网只是携程的入门砖，能够树立一个如运通的品牌，也就是打造一个金融为本质、商务出行为表象的全产业链。”

钢铁

董事长辞任 邓强履新重庆钢铁

本报记者 张晓晖 重庆报道

重庆最大的钢铁公司，重庆钢铁股份有限公司(下称“重庆钢铁”，601005.SH，01053.HK）董事长职位出现空缺。

1月22日，重庆钢铁发布公告称，董事会同意董林辞任公司董事、董事长、战略委员会主席一职，并同意由重庆钢铁控股股东——重庆钢铁(集团)有限责任公司(下称“重庆钢铁集团”)提名的邓强出任重庆钢铁的新董事。

目前，董林仍然担任重庆钢铁集团的董事长一职。

董林出生于1950年，2011年已至61岁，由于重庆钢铁是重庆国有资产监督管理委员会(重庆国资委)间接控股的大型国有企业，因此外界猜测董林辞任股份公司董事长，可能出于年龄原因。

但重庆钢铁董事会秘书游晓安否认了这一猜测，游晓安称，董林是因为个人原因辞职，重庆钢铁的新任董事长不久就会上任。



近年来，重庆钢铁集团在钢铁主业发展的同时，非钢产业也得到了较大发展 CFP/供图

董林任职前

2006年2月24日，重庆国资委发函任命董林为重庆钢铁集团第三届董事会董事长。这时重庆钢铁集团正处于一个十分窘迫的阶段。

从2005年5月起，不断有广东、吉林等地银行和公司，通过法院对重庆钢铁集团、重庆钢铁进行债权追讨，直至采取强制执行措施。

2005年5月16日，招商银行深圳东门支行通过广东省河源市中级人民法院，向深圳市金源实业股份有限公司、重庆钢铁集团提起5000万元的追债诉讼，要求法院查封重庆钢铁集团在重庆钢铁价值5000万元的股份。

2005年6月8日，攀枝花钢铁有限责任公司通过重庆市第一中级人民，要求冻结重庆钢铁集团持有的重庆钢铁3500万股，直至其还清债务。

2005年10月，中国信达资产管理公司深圳办事处接管了建设银行深圳市分行对重庆钢铁集团的债权，并通过深圳市中级人民法院，申请强制执行其与深圳市金源实业股份有限公司、重庆钢铁集团的借款纠纷案，法院最终冻结了重庆钢铁集团持有的重庆钢铁1亿股，约以人民币8500万元为限。

2005年11月16日，重庆钢铁集团召集董事会议，出席者有时任董事长的唐民伟，董事会成员董林、罗福勤(原重庆钢铁董事长)、潘向宇等人。

董事会发布决议，重庆钢铁集团于2005年3月31日与中国工商银行重庆分行签订了停止实施债券股，归还银行借款21.5亿元的《协议》。由于还款额太大，重庆钢铁集团无力在短期内筹措资金，经重庆市政府、国资委协调，归还借款先由重庆市国地资产经营管理有限公司代为支付，同时要求重庆钢铁集团所持有的重庆钢铁国有法人股6.5亿股质押给重庆市国地资产经营管理有限公司，直至重庆钢铁集团还清借款后解除质押。

> 在全面完成环保搬迁之后，随着重庆钢铁集团新老权力交接的过渡，重庆钢铁集团有望获得新的发展

2006年1月10日，第一联合资产管理有限责任公司通过深圳市中级人民法院，向重庆钢铁集团追诉借款，并冻结了重庆钢铁集团持有的重庆钢铁8500万股。

2006年1月12日，中国工商银行吉林市分行通过吉林市中级人民法院，冻结了重庆钢铁集团持有的重庆钢铁1500万股。

至此，重庆钢铁集团在众多债主的“强行”追讨之下，资金链几近断裂，这对于一个急需采购矿石，并且规模庞大的钢铁公司而言，是无法想象的。

此后，董林接替了唐民伟出任了重庆钢铁集团的董事长。

2007年2月28日，在重庆市政府的支持之下，重庆钢铁又在上海证券交易所上市，通过资本市场募集了部分资金，大大缓解了重庆钢铁的资金困境。

2008年起，在重庆政府的强力号召之下，重庆钢铁集团又开始了规模浩大的整体搬迁工程，将老工厂搬迁至重庆长寿工业园区。

邓强履新

知情者向本报透露，新任董事邓强有望出任重庆钢铁的新一任董事长。

邓强，1982年加入重庆钢铁集团，2006年出任重庆三钢钢业有限责任公司董事长、总经理，2009年出任重庆四钢钢业公司董事长，重庆钢铁集团总经理助理、副总经理等职。

作为重庆重工业发展的中坚力量，重庆钢铁集团是一个有着百年历史的特大型钢铁联合企业。

其前身创立于我国清代开启民族工业的洋务运动，即1890年9月湖广总督张之洞创办的汉阳铁厂。1938年3月，在抗战的烽火硝烟中，为坚决抗击日本侵略者，保存我国仅有的民族基础工业，国民政府将汉阳铁厂、大冶铁矿、上海炼钢厂等的主要设备拆迁，抢运内迁至抗日大后方重庆大渡口地区，完成了逆江而上、迁渝建厂的悲壮历程，设立为国民党军政部兵工署第二十九兵工厂。

1940年，重庆钢铁厂设立，至今已有71年历史。

新中国成立后，重庆钢铁厂曾先后更名为西南工业部一零一厂、西南钢铁公司、重庆钢铁公司、重庆钢铁(集团)公司，1995年6月，改制为重庆钢铁(集团)有限责任公司。新中国成立之初，重庆钢铁厂于1950年轧制生产出我国第一根铁路重轨，铺筑了新中国第一条铁路——成渝铁路。

在由计划经济体制向社会主义市场经济体制的过渡转型时期，重庆钢铁厂于1979年开始，在全国首家自销计划外钢材，冲破了长期实行的钢材统分体制。1988年，重庆钢铁厂成立进出口公司，获得冶金产品自主进出口权。目前重庆钢铁已成为我国重要的中厚钢板生产基地之一。

目前，重庆钢铁集团实行母子公司管理体制，现有子公司28家，其中全资16家，控股12家，包括在香港、上海上市的核心企业——重庆钢铁股份公司。重庆钢铁集团也是重庆市市属工业企业第一家年销售收入破百亿元的企业。

近年来，重庆钢铁集团在钢铁主业发展的同时，非钢产业也得到了较大发展。钢铁产品深加工与机械制造、建筑与房地产、电子信息、环保产业、矿业等五大非钢支柱产业，已逐步成为集团新的经济增长点。非钢产业收入已达集团总收入的25%左右。

在全面完成环保搬迁之后，随着重庆钢铁集团新老权力交接的过渡，重庆钢铁集团有望获得新的发展，在重庆国资委的安排下，新任董事邓强将继续这一接力棒。

新能源

“懒人”吴建龙的财富捷径

本报记者 仇子明 绍兴报道

若不是晚间10点受邀《经济观察报》独家专访，吴建龙应该正躺在床上继续读《鬼吹灯2》至凌晨1点，然后睡到上午10点再起床。吴建龙说，他很少在上午10点之前起床，因为“我是一个懒人”。

“懒人”吴建龙，浙江向日葵光能科技股份有限公司董事长，因2010年8月新能源企业向日葵(300111.SZ)在创业板挂牌上市，从幕后走向了台前，挥别了“隐秘富豪”的帽子。胡润发布2010年能源富豪榜，吴建龙以身价90亿元，晋身中国能源行业新首富。

从创办向日葵到90亿元身价，吴建龙只用了6年不到的时间。而在此之前，从事商业十余年的吴建龙从来没有和新能源产生过任何实质性的接触。

10分钟，拍板新能源

“在施正荣成为中国首富前，我都不知道他是谁。”2005年才创办向日葵的吴建龙口出“狂”言。

1993年11月，吴建龙出道。绍兴人创业以纺织业见长，但吴建龙却另辟蹊径，“那么多人做，我再去做就没啥意思了，我就是想搞一点别人没想到的东西。”于是，吴建龙选择了当时绍兴商人鲜有介入的摩托车、液化气贸易。

往后两年，吴建龙又先后介入房地产业和连锁超市业，1999年时又觉得地产业门槛太低，又开办化工厂；2004年，创立了医药企业——浙江贝得(2005年3月动工)。

“别人都说我不务正业，东一榔头西一棒，其实我介入的所有行业都赚到钱了。”2005年，吴建龙将“不务正业”进行到底，正式进军太阳能，创办向日葵。



吴建龙

> 绍兴人创业以纺织业见长，但吴建龙却另辟蹊径，“那么多人做，我再去做就没啥意思了，我就是像搞一点别人没想到的东西”

2004年11月，吴建龙与朋友去西藏旅游，在机场去拉萨市区的路上，看见一个太阳能发电站，“之前就做了一些信息积累，对太阳能产生了一些兴趣，但却是第一次看见太阳能发电站的实物。”兴致昂扬的吴建龙在停车观摩后，心中就有了创办太阳能企业的想法。

2004年前后，光伏行业在全球低迷，从未实际接触过新能源，也不懂技术的吴建龙却坚信自己的眼光，“这个行业能赚钱，就像我之前判断很少有人去做的摩托车贸易和连锁超市一样。”而在西藏之前，吴建龙一度以为太阳能就是热水器。

回到绍兴后，吴建龙通过同学关系找到了太阳能技术人才周晓兵，即向日葵现职总工程师。“我和他就谈了10分钟。我说：你出技术我出钱，我们在企业的地位是平等的，我们企业未来是以上市为目标的。你相信我，就跟我干。”

周晓兵点头后，吴建龙于2005年创办向日葵。“其实，除了太阳能企业，在当时还创办了一个浙江贝得医药公司，手上资金还是挺紧张的，我都不敢和银行说我又办了太阳能企业，否则银行会怀疑我总在折腾这些当时几乎没人懂的行业，一下子搞了两个新公司，未来会不会死得很惨。”吴建龙为了创办向日葵，一度向银行隐瞒了贷款用途长达10个月，甚至还卖掉了利润一直很好的超市资产。

2010年8月，向日葵在创业板挂牌上市，吴建龙戴了十余年的“隐秘富豪”的帽子再也没了。2010年，胡润发布能源富豪榜，吴建龙身价90亿元，成为中国能源行业新首富。

不要家族制

向日葵主营光伏行业的下游产品，即电池切片和电池板，其客户多在以德国、意大利为主的欧洲国家，亦有美国和澳大利亚。

因主要客户在德国的原因，德交所曾12次赴华，承诺以30倍的市盈率，邀请向日葵在德国上市。吴建龙一度动心，不过，深交所在2008年筹办创业板，向日葵在浙江当地政府的推荐下，作为深交所创业板设立座谈会的13家企业之一，尔后，吴建龙决定将向日葵留在A股市场。

事实上，无论是之前的创业，还是向日葵的“再出发”，吴建龙都奉行“懒人”原则。早晨十点钟才起床，工作日的下班后以及周六、周日绝不工作，“如果有员工在我休息时间给我打电话，我会骂他的，真的！”

吴建龙的“懒”不但在工作之外，甚至也在工作中。“生产经营上的事，哪怕是几十个亿的投资，我也看都不看一眼，直接分管的高层自己拍板即可，我不过问。”对于企业人才的引进，吴建龙喜欢内部提拔，“工作两年以上的，都有机会。”但吴建龙却有一个原则：绝不任用直系亲属。

“尽管在浙江，尤其是绍兴，大多数民营企业都是家族式管理，但我依然坚持职业经理人制度，如果是小打小闹，家族企业确实有优势，但如果想做大企业，就不能过多依赖自己的亲属。”吴建龙称，这一点在其混迹商界伊始就想得很明白，至今，能源首富吴建龙之妻依然在别人的企业打工，“你想，如果她在向日葵当一个办公室主任什么的，那我们在家能谈点啥，除了工作，还是工作，那多无趣啊！”

除了工作，吴建龙还有很多爱好，喜欢打篮球、乒乓球和游泳，还喜欢看足球，甚至在上市前夜，还不顾要破例地早于10点起床而熬夜看世界杯比赛。喜欢旅游、他喜欢读书，尤其是历史书，但最近在读的却是盗墓小说《鬼吹灯》。

“除了工作，我还有很多规划。”如果有机缘，吴建龙还可能投资一支足球队。

左手能源，右手医药

因2010年第四季度公司销售力度加大，经营业绩高于三季报时的预期，向日葵于2011年1月24日发布业绩修正预告，将2010年的净利润预测提升至2.5亿-2.7亿元。

2010年，向日葵的出口销售额为3亿美元，但根据吴建龙的规划，向日葵的出口销售目标在三年内提高到15亿美元。

平安证券研究员窦泽云在2010年第四季度调研向日葵后，结合目前行业展会及订单情况，以及其他公司的交流，预测整个光伏行业在2011年将被继续看好，预计行业有30%的增长空间。

对于吴建龙而言，目前最大的困扰是产能已经接近生产能力的极限，公司目前的产能设计为175兆瓦，而其产能已经达到210兆瓦。“接着要做的，一是扩大产能，计划利用公司已有的一块土地扩建厂房；另一方面，将产业链再向上下游延伸。在上游，计划进军原材料领域的硅片生产，在下游，计划在海南等地投资发电站。”除此之外，吴建龙还表示，在日后的发展中，不排除利用上市公司融资平台的优势，在行业内进行并购。

吴建龙的野心还不仅仅局限于新能源领域，其在2004年设立的医药公司浙江贝得在连续亏损三年后，于2010年开始盈利，该药企研发的治疗乙肝的新药或即将拿到生产批文。按吴建龙的规划，该药企拟于2012年启动IPO，争取在2013年登陆资本市场。

不过，在浙江贝得创立首年，吴建龙便亏损了9000万元，此后连续三年亏损。对此，吴建龙并不后悔，“要是现在才创立这家公司，一年3个9000万都不够我亏的，现在创办药企的难度也越来越高，我庆幸我进入得早。”

对于自己近20年的商业之路，吴建龙表示，如果一定要说有捷径的话，“那就是我眼光比较好，有前瞻性，当前，我的运气也好，进入的时机恰到好处，又赶上了行业发展的顺风车。”

向日葵即将发布的上市首年的年报，这对吴建龙来说只是资本之路的一个起点。除了新能源和医药，43岁的吴建龙称，尽管目前没有计划，但不排除还有开拓未知领域的可能性，“因为我还年轻。”

制造业

股东、加盟商双抛弃 报喜鸟夹缝寻生路

本报记者 王芳 北京报道

在1月15日的报喜鸟“新锐盛典”上，报喜鸟(002154.SZ)董事长吴志泽宣布，抢直营、推系列、开大店，是今明两年重点要做的事情。

与美好愿景强烈对比的是，2010年下半年至2011年1月，报喜鸟员工一直在陆陆续续减持公司股份。其中，仅在2010年8月31日至9月27日间套现金额就达2.9亿元。减持的名单中最引人注意的是报喜鸟五大创始人之一叶庆来和吴志泽本人，前者套现过亿元。

吴志泽曾经在非公开的场合谈到过其他股东想做自己的事情。

在国内同行和国际高端品牌的夹缝中生存的报喜鸟，正在延伸产品线和丰富产品系列，进入更多服装细分领域以求提升市场份额。

股东减持

1996年，刚过而立之年的吴志泽用当时5厘米的大哥大给同样做服装的吴真生、吴文忠、陈章银打电话谈合作，之后吴志泽的纳士公司、吴真生的报喜鸟制衣公司、吴文忠和陈章银的奥斯特制衣公司，三家合并成立了报喜鸟集团，叶庆来则是以技术入股。这五位也就成了报喜鸟的五大创始人，报喜鸟成为温州第一个打破传统家庭式经营模式的服饰集团。

吴志泽曾经多次邀请过温州市瓯北区一家服装企业一起创业做大，但被婉言谢绝，其负责人认为放弃自己的企业合并到一个集团非常冒险。那一年，沃尔玛和家乐福在内地开业了第一家超市，人们刚刚开始知道有品牌这么回事。数千家服装企业都在温州积聚，等待机会，但鲜有愿意合并。

现在，几位大股东基本上都已退出了管理。他们都有自己的产业，这些减持的股东当中，有比较明显退出迹象的就是叶庆来。

工商注册资料显示，叶庆来目前是上海宝鸟服饰有限公司董事长，该公司不仅作为报喜鸟的上海OEM基地，也负责品牌运营。

报喜鸟董秘方小波自己也减持了8万多股，他解释，“我也需要改善一下生活。”

频频套现对于报喜鸟股价的短期冲击始料未及，1月6日开始连日下跌，五日累计跌幅超过15.7%。

对于股东减持所带来的影响，东兴证券研究所银国宏表示，部分大股东退出从短期来看对公司造成一定不利影响，主要体现为部分大股东控制的加盟商也随之退出了与公司的业务合作。从长期来看，公司未来的经营决策效率将提升，因此更加有利于公司的发展。

夹缝生存

吴志泽非常坦率地说，时下报喜鸟的处境犹如一块三明治的中间一层，下有国内千军万马的同行，上有国际大牌的高居云端，在上下夹击中生存，但是成为最上面的一层谈何容易。

为了延伸产品线和丰富产品系列，高档男士正装起家的报喜鸟正尝试进入男士时尚休闲和运动领域。2010年11月，报喜鸟出自有资金1530万元增资上海比路特时装有限公司，增资后持比路特公司51%股权，处绝对控股地位。而比路特公司主要从事中低端时尚运动服饰的生产和销售。

2010年12月，报喜鸟又通过出资1530万元参与设立上海雅乐时装，占其51%股份。雅乐时装主要代理国际品牌在中国区的销售，重点方向为年轻时尚的日韩风格品牌。能够帮助填补原有品牌“报喜鸟”、“S.ANGELO”在主要一线城市的市场空白。

1月13日，报喜鸟又收购上海名欧服饰47.2万股股权，占名欧服饰总股本的19%。名欧服饰所经营的法兰·诗顿品牌属于男士时尚休闲领域，主要市场集中在西南和江苏。

方小波称，公司在休闲与运动领域的发展才刚刚开始，一切从零起步。未来会进一步实施多品牌发展战略，将不排除在合适的时机、合适的价格增加在名欧服饰的持股比例。

除了推出多系列之外，报喜鸟的营销新举措还包括，建立时尚俱乐部，建设旗舰店和景观店。鼓励加盟商“开大店”也是明年的一个重点计划。

2010年上半年，由于过快的直营投入导致了公司费用的提升，部分直营店盈利状况不佳，因此对直营渠道进行了收缩，关停了部分亏损的直营店面。张志泽对于加盟商比较信赖，明年还会鼓励加盟，他认为加盟商对当地情况更为熟悉，对服装行业的认识更深刻，与他们合作能够减少导入新市场的成本，迅速进入空白销售地域。

昔日温州的穷困县永嘉，现在沿着瓯江北岸建起了经济开发区，奥康、红蜻蜓等知名商业品牌都出自这里。报喜鸟集团总部就坐落在这一群企业部落中。现在，报喜鸟的生产车间里，每天都有2000多位工人用385道工序制作成衣，然后产品被送往全国各地的800多家特许专卖店。

互联网

别了,VeryCD



本报记者 杨阳 北京报道

即将放假回外地过年的电子商务网站高管 PEGGY 正在追看时尚偶像剧《一不小心爱上你》,但就在她打算去经常逛的 VeryCD 网站一口气把这个片子打包下载,过年回家慢慢看时,却发现找不到下载链接了——VeryCD 在网页上提供了《一不小心爱上你》的在线观看地址,点击之后,她发现自己被带到了搜狐视频的播放页面。

PEGGY 并不知道,就在 1 月 21 日晚,VeryCD 删除了所有的视频下载。那一夜之后,过去可以在 VeryCD 一站式下载最新影视内容的日子已经一去不复返了——那个星期五,对于 VeryCD 创始人黄一孟来讲格外纠结。

是的,那个夜里黄一孟一手创立的下载分享网站 VeryCD 关停了音乐和影视两大下载服务,这两个服务的流量加起来占到 VeryCD 网站总流量的一半以上。

一些还不知情的用户在 VeryCD 上留言,请求再次允许用户下载资源;也有用户发出“离开 VC”的帖子;还有用户称,知道要改变自己五六年来的生活习惯了……

“这一天是迟早要来的。”黄一孟知道,只是他仍然希望这一天能够晚一点。

消失的风险

无论黄一孟的抉择有多少无奈,他都很难向不知情的用户解释清楚自己的处境。

一个名为 GoldenEye 的网友称:“如果 VeryCD 不回到原来的以资源为重的发展模式,6 年以来积累的所有人气和声望将在半年之内丧失殆尽,它将迅速在互联网影音娱乐行业的汪洋大海中消失得无影无踪!”

这样的判断并非没有道理。

7 年前,人们开始喜欢上 VeryCD,就是因为这家基于开放源码 P2P 网络共享软件 eMule(电骡、电驴)的媒体资源提供网站,让人们可以免费下载自己喜欢的影视剧。那些喜欢趴在被窝里看电影的人们,不必去受带宽的限制饱受断断续续之苦。

VeryCD 所坚持的通过开放技术构建全球最庞大、最便捷、最人性化的资源分享网络的行为方式这些年已经深入人心——他们不做门户,不做媒体,不跟风,不模仿,也决不媚俗。

黄一孟和他的团队试图以谷歌为榜样,页面以精简的“菜单”为荣,不收费,不鼓励用户流连忘返,也不卖产品。在这样的理念下,VeryCD 版的电驴程序已累计下载超过 3000 万次,每天数以万计的网友通过 VeryCD 分享着包括电影、音乐、游戏、软件在内的各类资源。

但是,所有的这一切都在 1 月 21 日那个周五的晚上被画上句号。

黄一孟在自己的微博上称,“7 年的心血和积累,说关就要关,说停就要停。没有人能甘心,但也早料到这一刻会突然到来。现在所能做的,惟有面对现实,准备好勇气,即使全部推倒从头再来,我们也绝不放弃”。

明天在哪里

无论是转型还是推倒重来,又谈何容易。

“还是比较仓促。”黄一孟表示,他从 2009 年底就开始意识到未来的环境将越来越向着保护知识产权方向发展,政策、监管也将越来越严,因此也在开始着手准备 VeryCD 的转型。他希望能够给 VeryCD 足够的时间去转换自己的经营模式,也去转变用户的使用习惯,但现实显然来得太早、太突然,VeryCD 还没有准备好。

现在 VeryCD 手中有三张牌照:网络文化经营许可证、增值电信业务经营许可证和广播电视节目制作经营许可证。VeryCD 还少一张最重要的《信息网络视听节目许可证》。而获得这张牌照的基本条件就是“拥有与业务规模相适应并符合国家规定的视听节目资源”——即有版权的内容,以及“有健全的节目内容审查制度、播出管理制度”和“有可行的节目监控方案”。这些条件对于仅有 40 多人的 VeryCD 来讲,有点力不从心——毕竟,没有任何融资仅靠自身造血的 VeryCD 无力支付日渐高昂的版权成本。

> 7 年的心血和积累,说关就要关,没有人能甘心,但也早料到这一刻会突然到来。现在所能做的,惟有面对现实,准备好勇气,即使全部推倒从头再来

以前 VeryCD 主要的盈利模式是靠广告,尤其是游戏广告。但是如果流量受到了影响,广告自然会受到影响。

黄一孟表示,VeryCD 此前虽然称不上赚大钱,但总算可以覆盖成本,并略有盈余,加上多年来有些积累,网站的生存还暂时不成问题。他为 VeryCD 设计的两条新发展路径是“引导”和“版权合作”。

“引导”就是通过链接,把用户带到具有正版版权的视频网站,例如搜狐视频,VeryCD 可以获取导入流量的费用——搜狐在视频上赚到钱时,VeryCD 也可以分一杯羹。

但这样做的问题在于,VeryCD 成了一个入口,当用户不再通过 VeryCD 而是直接登录搜狐视频时,VeryCD 的用户将面临流失殆尽的危险。

被瓜分的用户

网名“轩辕宏”在发现无法下载后称,“没资源杀了我吧。我每天都来这里逛看看有什么好电影剧集音乐!现在什么都没了,以后怎么过啊”。

和他一样留恋 VeryCD 的不在少数。不过这看起来并不能阻止人们看免费影视剧的决心——那些习惯看过就算、不需要收藏的用户会迅速转向其他免费视频网站,最大的受益者无疑是拥有最多正版版权资源的视频网站。

事实上,VeryCD 的链接也必须指向这些有版权、影视剧数量庞大且播放流畅的视频站点——黄一孟表示,VeryCD 有责任帮助用户辨别哪些网站观看效果更好,而且正版。

显然,按照这个标准,那么最大的受益者就是搜狐。该公司宣布已经拿到了 2011 年即将上线的近 40 部年度最优秀的独家大戏以及 300 余部首播新戏的版权,并号称“周周有独播节节有主打”,其中包括与央视同步播出的抢手作品,甚至一些最新的美剧也可以在搜狐上找到正版。

就连黄一孟也承认,他必须帮助用户改变习惯:从免费下载过渡到免费观看。

当然,除了搜狐外,VeryCD 也给卖硬盘的商贩带来了好运。在淘宝网上,人们可以轻易找到卖硬盘附送美剧的商家:一个三星公司的 2TB 三年质保 5400 转硬盘仅售 680 元,关键是里面已经拷满了 RMVB 格式的影视剧,并且在 30 天里就卖出了 124 件。而自从网上很难找到免费下载影视剧的途径后,已经有很多人又怀念起了街边卖盗版光碟的小贩。

是的,对 VeryCD 恋恋不舍的大有人在,网友“wangjingrzwd”对 VeryCD 恢复下载尚“抱有幻想”;“limirado”则表示很“无语”,他的“上网失去精神支柱了”;更多的人则是采取新的行动,在意识到 VeryCD“彻彻底底被废了”的说法可能有道理之后;网名“ppoi001”的用户则说:是时候说再见了……因为,他们要去找寻新的免费资源了。

制造

沃尔沃落户上海 在中国重新上路

本报记者 魏黎明 万晓晓 上海报道

1 月 25 日,上海。沃尔沃中国区总部及其技术中心同时成立。沃尔沃汽车总裁兼 CEO 斯蒂芬·雅克布宣布沃尔沃在中国由一家销售公司,升级为一个全职能业务集团。

按照规划,到 2015 年沃尔沃将在中国实现 20 万辆销量,在豪华车市场占据 20%份额。据了解,规划的相关细节仍处于审批阶段,预计在春节后将公布。

沃尔沃汽车董事长李书福没有出现在成立仪式现场。

上海起步

就在斯蒂芬·雅克布到访中国的第二天,沃尔沃在上海成立中国区总部及其技术中心。沃尔沃在中国的业务完成了一次升级——成为全职能业务集团。

该集团的业务范围包括产品开发、制造、质量控制、采购、销售等各个领域。雅克布表示,这种设置保证了沃尔沃的全球技术、质量标准,也保证了沃尔沃的豪华定位。新成立的中国技术中心将与沃尔沃总部和全球其他研发机构一起,参与全球性产品的开发,并为在中国本土化生产做准备。

嘉定一向被认为是沃尔沃在中国设立的三个工厂之一的所在地。雅克布表示,沃尔沃在中国的本土化生产还需要很多审批,其中包括沃尔沃董事会和中国政府。

出席仪式的上海嘉定区区委书记金建忠表示,很希望看到沃尔沃的工厂在嘉定落户。“他们一旦决定,我们将全力配合。”而由沃尔沃汽车集团中国区董事长沈晖带领的沃尔沃中国区高管团队,现已制定了沃尔沃在中国未来五年的成长计划,并提交沃尔沃全球高管层和董事会。据悉,该计划将涉及沃尔沃在中国的工厂设置。沃尔沃中国区一位工作人员表示,预计最快将在春节后获得审批通过。

在中国区总部设立之前,沃尔沃中国销售公司迎来了新的总裁和首席执行官施耐翔,他在沃尔沃工作超过 20 年。

2010 年,沃尔沃在全球销售 37.4 万辆轿车,同比增长 11.2%。而在中国,沃尔沃卖出了约 3 万辆,同比增长 36%。沃尔沃 2010 年实现盈利,扭转了金融危机以来连续两年的亏损状态。

沃尔沃中国区副总裁宁述勇对本报表示,应该特别注意沃尔沃盈利了。这或许也让沃尔沃在中国重新起步信心满满。按照规划,到 2015 年的 5 年间,沃尔沃计划在中国销售 20 万辆轿车,并在豪华车市场占据 20%份额。在中国豪华车市场,去年销量最高的奥迪超过 22 万辆,宝马、奔驰也各有近 17 万和 15 万辆,同比增幅惊人。相比之下,沃尔沃要加速追赶的前方空间相当大。

在成立仪式现场,雅克布和沈晖先后强调,要保持沃尔沃的“北欧设计、全球豪华品牌”的定位。而此前曾有消息称,雅克布表示沃尔沃正在重新进行自我定位,将放弃豪华车路线,专注于自己在安全和环保方面的优势。目前至少沃尔沃内部对于沃尔沃在中国的定位在表面上已经取得一致。

重寻路径

值得注意的是,此前宣称与沃尔沃高管层存在分歧但又很快“妥协”的沃尔沃汽车董事长李书福,并未出现在成立仪式现场。

一位沃尔沃中国区工作人员对本报解释,“因为这是沃尔沃的活动啊。”这一解释与沈晖在发言时强调的理念相呼应。沈晖表示,沃尔沃在中国的战略原则是:吉利是吉利,沃尔沃是沃尔沃,吉利是大众化品牌,沃尔沃是全球豪华品牌,两者各自独立运营。

为了突出这个战略原则,在吉利和沃尔沃身兼两职的李书福选择了避嫌。

2010 年 8 月 2 日,沃尔沃正式从福特交割给吉利。在中国市场,有相当一部分消费者将购买沃尔沃视为就是购买了吉利的车。而要保持自身的豪华车定位,这是沃尔沃当前迫切需要与吉利实现品牌切割的关键。

事实上,除了吉利收购对于沃尔沃在中国重新定位产生影响之外,沃尔沃自身定位的模糊同样让消费者对其认知产生障碍。

在成立仪式之前,沃尔沃中国区一位工作人员向媒体记者询问,到底如何才能把沃尔沃的安全概念表达得更鲜明、有力。

在全球汽车历史上,三点式安全带即由沃尔沃发明并率先使用。然而,正如当前安全带已经为各个品牌使用一样,安全已经成为各品牌各车型基本的品牌诉求和基本配备。因此,尽管拥有多种先进的安全措施,沃尔沃强调的安全在促进消费上显得乏善可陈。

沈晖及其团队的任务,除了要告诉消费者“吉利是吉利,沃尔沃是沃尔沃”之外,还要告诉消费者沃尔沃到底是什么。不仅如此,在工厂正式获得审批通过之前,沃尔沃还需要在中国重新定位和寻找目标客户,并以此制定更有针对性的品牌宣传策略。这是沃尔沃重新在中国寻求本土化路径的重要部分。

当然,尽快实现本土化生产,实现“放虎归山”,也是沃尔沃中国区接下来需要承担的重任。中国区总部和技术中心在上海的成立,或许是个好的开头。沃尔沃可能还需要长时间的争论和对市场的试探。

在成立仪式现场,几乎全程充当雅克布临时翻译的沈晖,唯一就此问题作答,并进行了大量解释。“重新上路,千头万绪,慢不得又急不得。”沈晖的心态流露,似乎也可看作是沃尔沃在中国未来发展的缩影。

通信

摩托罗拉:淘汰 PC

本报记者 王然 北京报道

40 纳米、双核、1G 内存,还有指纹识别开机安全方案——这只是一款由老牌手机厂商摩托罗拉生产的智能手机。在这款配置堪比笔记本电脑的 Atrix 手机上承载的,不仅有重振摩托罗拉在手机地位的任务,还有将助推摩托罗拉进入 PC 领域重托。

在传统的互联网时代,PC 是数据的中心,而如今的移动互联网时代,智能手机将承担这一重任,摩托罗拉的野心就在于此——以手机为中心,统领所有的屏幕。

大脑

在美国消费电子展上,摩托罗拉首次展示了 Atrix。摩托罗拉的产品演示传达给消费者的是,这不仅是一款 Android 手机,还是一个工作站,是你所有电子设备的大脑和神经中枢。“手机就是你的所有。”摩托罗拉移动技术副总裁兼首席软件工程师任永祥说,消费者只要拥有一部 Atrix,直接连接数据线,无需上传、同步,手机内容就能显现在电脑、电视、投影仪等一切显示设备上。Atrix 更像是一个便携的主机,连接外接设备可以实现 PC 上的操作效果。

这要完全归功于摩托罗拉的新软件引擎 WebTop,它可以让你在浏览器窗口里运行应用程序和基于云的程序,且其与网上的几乎所有的工具和组件都是兼容的。

“实际上,我们是先有了 Webtop 方案,才有了 Atrix 手机。”任永祥说。Webtop 是一个能让人们以智能手机为核心的软件,而摩托罗拉将其应用在 Atrix 手机上,手机就成为电子设备的数据中心,各种电子设备就演化成了 Atrix 的外设。

英特尔中国区总裁杨叙表示,互联网越来越个性化,带屏幕的终端百花齐放,无处不在的互联网进入了 N 屏时代。

取代

摩托罗拉一直在研究发现,人们用电脑最多时干什么?结果显示,约 80%甚至于 90%的消费者使用电脑主要是上网。

摩托罗拉移动技术中国区产品管理高级总监吴文良认为,手机的特质就是它的个性、私密,且这一特性不仅可以表现在语音应用方面,还可以在互联网体验上有所延展。这也正是摩托罗拉智能手机计划所看重的点。随着平板电脑的推出,电子设备出现了第四块屏幕,而摩托罗拉要做的就是把手机屏幕跟所有的屏幕有机结合,让智能手机成为一个数据中枢,笔记本电脑、电视和其他游戏设备都将成为围绕手机的“外设”装置,连接即有,拆卸即无。

但对于摩托罗拉来说,手机性能是他们首要解决的问题。Atrix 采用英伟达 (Nvidia)Tegra 2 双核处理器,作为一款运算与图形合一的处理器,Tegra 2 在保持运算速度的同时具备高于传统嵌入式系统的图形处理器能力,这也意味着 Atrix 已成为能流畅操纵复杂大型游戏的游戏机。

英伟达创始人兼首席执行官黄仁勋表示,高端智能手机提供的性能和需求,恰是普通电脑用户的需要,而这一替代的转换,将会随着终端价格的降低而日益普及。

任永祥说,从 IT 行业的角度看,其实消费者只需要买一个手机就可以了。手机相当于主机,再配置些边边角角的配件,即可实现电脑功能,任何游戏、影音娱乐、文档处理和阅读等功能,都将最终向智能手机上迁移。

未来手机将成为一切计算的核心,摩托罗拉移动技术有限公司 CEO 桑杰·贾也作出同样预测,这并非摩托罗拉的贪婪想法。当手机越来越快性能越来越好时,可能我们真的“只需要一个手机”。

李宁迷途

上接 26 版

现在他们中的很多门店开始成为掣肘。张志勇说,个体门店往往没有详细的分工,老板大多没有听说过“陈列”、“买手”是怎么回事,他们不会主动去研究买货、研究每个板墙的贡献是多少,研究物流的调配,他们没有营收规划,也没有分析消费群的工具,在诸如店面装修、店面陈列和销售策略方面,老板也不大愿意放权。

李宁公司决定优胜劣汰其中 500-600 家实力较弱的分销商:让 129 家大经销商中最有实力的一批直接收购、直营,并购掉那些单店月收入低于 7 万元、低于周边地区店铺的散兵游勇;或者让这些散兵游勇中的强者大鱼吃小鱼,由其中比较好的分销商做大规模。

张志勇认为,一旦整合完成,分销商的规模效益还能增加。如果只做一家店,一旦成本上升,它的压力就很大;但是有了规模后,承受的能力就不一样,但是有了规模,就需要有专业的买手、物流配送、零售更加专业化。

这是一个艰难的取舍,而且副作用已经显现:出于对未来的不确定,很多经销商在签订来年订单的时候选择了保守。2010 年 12 月,李宁公司宣布 2011 年第二季度订货会订单结果,考虑到李宁公司调整 2011 年给经销商的批发折扣率,此次订单金额按照批发出货计算较 2010 年同期甚至下降约 6%。

上述订单结果一公布,李宁股价应声下跌,这期间,摩根大通、美国资本集团大幅减持李宁股份。

冒险

李宁公司包括张志勇在内的管理层仍坚持淡定,表示这些负面影响都在预料之中。

整合经销商,短期一定会对公司的销售产生一定影响;李宁公司希望找到价值消费者,产品新的定价可能会与当下的消费人群有不合拍;既有的消费人群可能会觉得李宁跟他原来要的感觉不一样,这类消费者可能会减少。

张志勇们一直强调的是,“关键问题是我们要不要做这样的改变,如果要,就必须要坚持”。

耐克、阿迪两家跨国巨头已经将它们的强势延伸到李宁最重要的二、三线阵地。国内本土对手也都觊觎着李宁的市场份额。

安踏高层曾表示,目前二至四线城市的销售占安踏整体销售额超过八成,未来 3 至 5 年内,公司目标客户群仍将定位于中等偏下收入水平的中国大众,计划这期间超过耐克和阿迪达斯在中国市场的份额。361°、特步高层纷纷表示,其在二、三线,三、四线城市的开店步伐不会放缓。

张志勇誓言,他对李宁公司变革风险控制的底线是市场份额。但外界依然担忧,李宁公司面临着现实的严峻问题。

李宁希望成为耐克、阿迪达斯一样的跨国大牌,但在现实中,李宁公司在其意向目标群眼中仍然是一个国内品牌;品牌的重塑又交织着销售渠道的变革,李宁可能是既丢掉了消费者、又丧失了经销商的“双输”。

它需要时间,赶在跨国巨头向下渗透蚕食其既有根据地之前,在品牌魅力上与它们比肩;同时,它还不能被虎视眈眈的本土对手赶超。

它同样需要时间,说服公司的投资者,坚持和自己站在一起。因为这场变革注定将会让公司的既得收益受到影响,并且需要持续大量的资金投入,李宁公司将从高收益期转变为大投资期。

张志勇曾算了一笔账:李宁的品牌重塑从执行来看,最容易执行的是每一季的广告创意;相对容易执行的是产品,产品的开发周期是 12-18 个月,其中服装更快一些契合新的品牌定位;速度最慢的零售店更新换代,7000 多家零售店,按照以往的速度,就算一年改 1000 家,也需要 6-7 年的时间。

他希望能“加速一些”,5 年内把所有零售店的更新换代搞定。不知道,李宁公司的股东方、投资机构能否有足够的耐心?

科技

联想收购 NEC 移动互联战略再落一子

本报记者 王然 北京报道

就在联想集团大举进攻移动互联网的同时，这家老牌 PC 公司却又进行了一项 PC(电脑)业务板块的收购。1 月 27 日，联想集团与 NEC 公司宣布成立合资公司，由联想在日本的 PC 业务和 NEC PC 业务组成。借此合作，联想全球市场份额有望再次超越宏碁，跃升第三位。

目前，联想的移动互联网战略尚处在播种期，从盈利贡献率上来看，移动互联网板块所扮演的角色更像是个婴儿，不足以扛起重任。联想依然需要靠 PC 业务造血。

规模效应

2004 年底，联想完成收购 IBM PC 业务后，市场份额直接蹿升至全球第三，随后，联想也没有放弃对 PC 业务的收购，联想曾意欲对欧洲第三大 PC 制造商 Packard Bell(简称“PB”)进行收购，但是被竞争对手宏碁捷足先登，随后又传出联想收购富士通-西门子计算机合资公司中西门子的股份。

联想集团董事长柳传志表示，联想集团本身就是做电脑这块的，将会努力地向更高的地位冲击，现在排在全球第四，我相信这决不是我们所甘心的位置，他们不仅是业绩受人尊敬的程度、品牌等等都能够向更高的位置冲击。

根据联想与 NEC 的合作协议，联想和 NEC 将成立 NEC 联想日本集团，并构建名为联想 NEC 控股 B.V.的新公司，该公司在荷兰注册。联想将持有新合资公司 51%的股份，而 NEC 则持有 49%。

联想集团 CEO 杨元庆介绍说，联想会支付给 NEC 1.75 亿美元。这个代价换回来的是 NEC 所有的 PC 业务都装到这个合资公司里面去。为了保障客户资源，如果他在商业和政府方面的销售收入达到一定的标准，我们设定的目标，如果联想愿意购买他们的 49%的话，我们就可以花 2.75 亿美元购买。具体我们行使不行使，是我们的权利。

此次合资，NEC PC 业务会给联想增加 20 多亿美元的销售收入，而联想整个收入为 220 亿美元。

根据 IDC 数据显示，前 9 个月，在日本，联想市场份额为 6%，NEC 市场份额为 20%；在中国，联想市场份额为 28%，NEC 市场份额为 0%；在全球，联想市场份额为 9.9%，NEC 市场份额为 0.9%。

摩根士丹利分析称，联想收购 NEC 的 PC 业务的控制性股权，可令其电脑付运量提升 6%-8%，销售增长 10%-12%，也可缩短与戴尔及宏碁的市场占有率的差距，戴尔与宏碁的市场占有率分别居全球第二及第三位。

去年第四季度，联想市场份额为 10.4%，宏碁为 10.6%。同一时期，NEC 的全球市场份额为 1%，如果此次联想、NEC 能够达成合作，联想的份额将再次超越宏碁。

“要盈利的话，有一个领先的市场地位是非常重要的。所以我们相信这个交易会帮助我们在日本的市场上获得更大的利益。”杨元庆说。

根据杨元庆提出的“组合拳”策略，即守住中国大本营和成熟市场，出击消费业务和新兴市场。

日本是一个成熟市场，联想集团 CFO 黄伟明说，“我们需要保卫在成熟市场上的业务，这是我们主要的利润来源。”

幼小的移动互联网

传统 PC 是高度成熟的行业，IDC 曾对于未来全球 PC 市场预测，认为未来的 PC 市场只能容下三家厂商的生存。联想唯有扩大规模才能在“毛巾拧水”的激烈竞争中获取优势。

随着 PC 市场自身增长的放缓及受到苹果 iPhone 和 iPad 的外来冲击，联想正在大举进攻移动互联网业务。“我觉得现在还是处于一个市场的培育期，要成长到一定的规模，自然就会有贡献。”杨元庆说。

联想的移动互联网业务还处在襁褓期，PC 业务仍然是联想的核心业务和主要收入来源。

1 月 18 日，联想刚刚宣布成立新的业务集团——移动互联和数字家庭业务集团，这表明，这家传统的 PC 厂商对智能手机等移动互联网产品的重视，甚至把它放在与核心业务 PC 同等重要的位置。

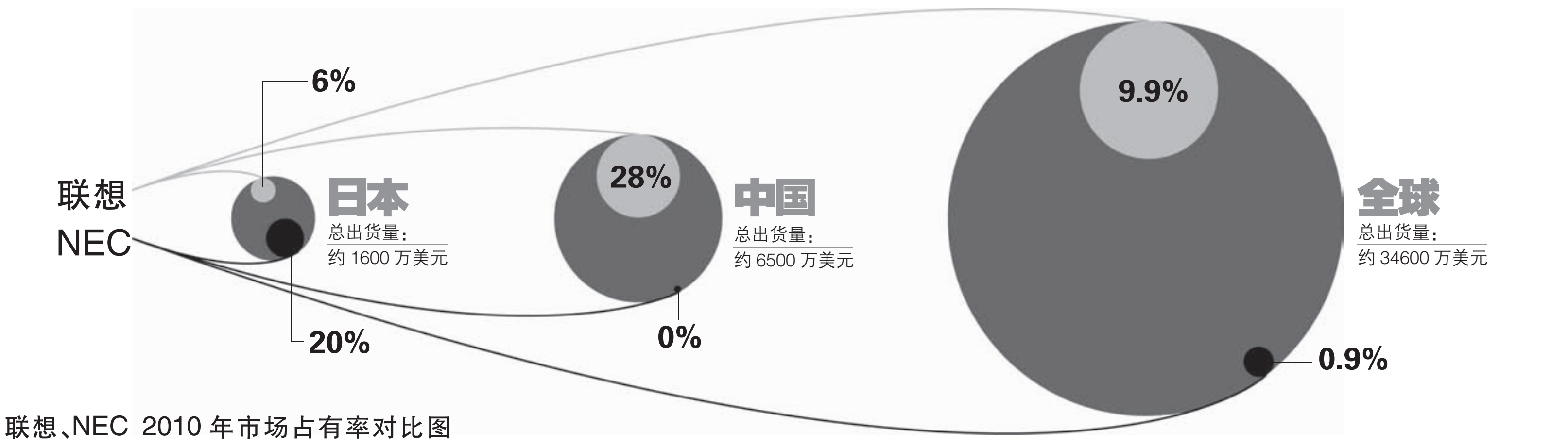
目前，移动互联网产品有智能手机乐 phone 和平板电脑乐 pad。乐 Phone 自去年 5 月份上市以来，两个季度销售 22 万部，乐 pad 即将上市，目前还处在发展初期，需要大量的资金补给。

联想在 PC 业务上的扩充将为移动互联网提供支持，但是，IT 分析人士李易认为，这一动作从侧面说明联想已经很难创新，只能靠并购来壮大自己。

自苹果推出 iPhone 和 iPad 以来，整个通讯和 PC 市场都为之所动，不但推出了相应的硬件产品，还积极打造自己的软件应用商店。

然而，市场对跟随者总是嗤之以鼻。近期在美国拉斯韦加斯举办的国际消费电子展(CES)上，联想推出了 IdeaPad U1 双模笔记本电脑以及乐 Pad 平板电脑。乐 Pad 能轻松插入 IdeaPad U1 笔记本主机，Android 乐 Pad 由此转换为一个带全功能键盘的 Windows 7 笔记本电脑。

英特尔中国区总裁表示对双模笔记本很看好，符合消费者集工作和娱乐于一身的需要，然而这款产品还有待市场的检验。



联想、NEC 2010 年市场占有率对比图

经济观察报 / 制图

科技

微软“政府外交”新路径 与发改委“盟约”堪忧

本报记者 沈建缘 北京报道

1 月 25 日，国家发展改革委——微软软件创新中心的发布会上，成都、重庆、海南和云南四个城市的微软技术中心正式升级为发改委微软软件创新中心的分中心。

这是微软与国家发改委 2006 年 4 月签订的为期五年的《关于加强软件产业合作的谅解备忘录》二期合作项目中的重要内容。

就在一个月前，微软(中国)有限公司与丽水市政府签订战略合作协议，以设立技术服务中心的形式，在当地开展业务。此前，另一个海南微软技术中心升级为“国家发改委一微软软件创新中心分中心”。迄今为止，全国共有 8 家“国家发改委一微软软件创新中心分中心”。

记者了解到，目前该合作项目二期已经在 2010 年 6 月到期。但在 2010 年初，国家发改委与微软合作支持建设的“国家发展改革委一微软公司软件创新中心”全面启动，深圳、江苏、广州、贵阳 4 家创新中心分中心进入首批升级行列，东莞、西安、青岛和南京也成为入选城市，成为微软在当地联系政府、提供技术和服务的合作机构。

微软在中国的“城市拓展”计划也从 2010 年 8 月开始，微软与入选城市政府及合作伙伴建立更深入合作关系，兑现助力城市经济发展的许诺。

这是微软在中国政府公共层面的第二次改变。

后续乏力

微软与发改委的“盟约”始于 2002 年，微软与发改委(当时的国家发展计划委员会)签署的《关于加强软件产业合作的谅解备忘录》(后被称为“62 亿备忘录”)。这个迄今为止中国软件领域最大的对外合作项目使微软改善了和中国政府部门的关系，成了当时在中国市场经营的跨国公司中最令人羡慕的对象。

2006 年 4 月 18 日，中国国家主席胡锦涛访美时，还打破惯例，参加了时任微软董事会主席比尔·盖茨家的晚宴。

双方随后签订了二期备忘录。内容包括，在 2006 年至 2010 年的 5 年微软公司投入约 37 亿美元，用于对国内软件企业的合资、合作；软件开发和软件测试服务订单，以及每年提供超过 7 亿美元的硬件产品出口订单。双方还计划在 5 年内由微软培训 1 万名专业软件人才；成立“国家发展改革委——微软软件创新中心”。

> 有消息显示，2010 年新修订的政府采购法规，已将微软等跨国公司阻挡在了政府采购交易之外

对此，微软内部人士告诉记者，事实上，二期的 37 亿投资只是底线，微软 5 年来真正的投入远超过这个数字。

除此之外，时隔 5 年，同样是合作到期，同样是中国高层领导人访美，微软与发改委的合作却并没有在预期的时间内再一次萌发新的“枝叶”。

曾有消息显示，2010 年新修订的政府采购法规，已将微软等跨国公司阻挡在了政府采购交易之外。

相比一期尚未到期，双方在合作到期前两个月就签订二期合作备忘录的积极态度，目前，“三期”的谈判尚无结论。

微软有关人士透露，谈判和沟通正在进行中，“也许在今年会在公司高层访华的时候完成签约。”但“具体内容尚无定论”。

不可否认，这个曾给中国政府和微软都带来过巨大收益的合作项目，正面临后续乏力的难题。

特殊“转型”

金融危机和竞争环境变迁的压力，是否影响到了双方继续盟约的决心，目前尚未可知，但有一点可以肯定，微软在中国的政府公共路径将面临新的改变。

发改委的期望很明确，“下一步应进一步引入合理机制，加强规划和网络创新建设，希望微软本着互惠互利、双赢的原则，继续加强与中国软件产业和软件企业的合作。”发改委高技术司副巡视员徐建平表示。

1 月 12 日，国务院常务研究部署了新的《进一步鼓励软件和集成电路产业发展》的相关政策，继续鼓励自主创新和国际合作并存将成为产业发展的主流。这将有助于双方合作的进一步开展。

主要负责发改委——微软创新中心项目的微软大中华区副总裁、公共事业部总经理曾良告诉记者，“目前，微软与当时中国政府进行合作的背景不同，寻求双赢是主要目标。”

这意味着，过去微软与国家政府部门之间“指导与被指导”的关系正在发生变化。“发改委对我们也有新的要求，希望我们建设新的创新网络中心，这会用到新的云平台技术。”曾良说。

微软大中华区首席执行官梁念坚表示，2011 年微软中国的工作重心将会把更多的资源投入重点业务上，其中就包括构筑更强劲的合作伙伴生态系统。这或许意味着，在政府公关方面，梁念坚领导的微软中国将开始一些新的变化。

业内人士认为，微软与发改委如果不能在新的技术和市场背景下对合作项目作出长期规划，那么“合作项目三期推进的迟滞将无法避免，即便是由中国最有权势的政府部门和全球最有实力的企业共同主导的项目也不能例外”。

天晟新材成功上市 领跑新材料市场

1 月 25 日，常州天晟新材料股份有限公司(天晟新材，300169)在二级市场登陆，成为新材料板块的一名新成员。公司主导产品高分子发泡材料在行业领域中取得了突出的地位，占据着新材料市场领军地位。

高分子发泡材料尤其是结构泡沫材料，主要用于风力发电、轨道交通、船舶、航空航天、建筑节能等高端领域，对产品品质和研发设计要求高，设备资金的投入大，具有较高的进入门槛。成立于 1998 年的天晟新材，长期致力于发泡塑料等高分子发泡材料的研发、生产和销售，自成立以来通过持续的技术创新，在这一高准入门槛、高技术难度的领域谋得一席之地，并取得了一定的领先优势。

近年来，我国国民经济及相关产业部门的快速发展，为结构泡沫产品创造了巨大的成长空间，天晟新材的结构泡沫材料在目标市场占有率呈现稳步上升态势。

技术创新提升竞争能力

研发能力和试验、检测能力，正日益决定企业在高分子发泡材料行业的核心竞争力。天晟新材一直将技术创新和新产品开发作为企业发展战略的核心，采取了“预研一代、开发一代、设计一代、生产一代”的产品和技术发展模式，与多家科研院所及高等院校合作，建立了高水平的高分子发泡材料研制、应用和检测的工程技术中心。

天晟新材密切关注发泡材料技术的最新进展，拥有生产高分子软质发泡材料、结构泡沫材料及其后加工产品的各项核心技术，研发并投入工业化生产的多项成果填补了国内空白。公司主要的产品技术均为自主研发，各项技术处于国内先进或领先水平，其中结构泡沫技术属于填补国内空白、处于世界先进水平的技术，各项技术均处于成熟阶段，可以大批量、质量稳定地生产和应用。

在结构泡沫材料生产方面，天晟新材拥有该领域大量的专有技术，如新型两步发泡技术、固液相同步分散技术、助渗透剂技术、超临界二氧化碳挤出发泡技术、结构泡沫回料再利用技术等，使公司成为目前国内结构泡沫材料的唯一生产商。在软质发泡材料生产方面，天晟新材拥有该领域大量的专有技术，如氯丁橡胶发泡材料技术、丁苯橡胶发泡材料技术、PE 模压发泡制品废料再生利用技术、精密模切技术等，使公司在国内软质发泡材料生产商中处于技术领先地位。

具体而言，天晟新材的 PVC 结构泡沫材料为自主创新技术，填补了国内空白，居于世界先进水平，已实现规模生产；自主创新的 PET 结构泡沫材料填补国内空白，居于世界先进水平，处在中试阶段；原始创新的结构泡沫回料再利用技术填补国内空白，处于小批量生产阶段；氯丁橡胶发泡材料、丁苯橡胶发泡材料、共聚物发泡材料、乙烯-醋酸乙烯酯共聚物开孔发泡材料等，均为国内领先且实现了规模生产。

先进管理对接客户需求

成立 10 十多几年来，天晟新材建立了严格的质量控制和管理制度，确保每批产品从原材料采购到产品出库的每个环节均经过严格检验。该公司产品在执行国家标准的同时，还参考执行国外领先的产品标准，对质量制定了更高要求以满足高端应用领域客户的要求。譬如，在风电领域，除了需要满足公司的质量检测要求外，还要接受风电企业的现场监督检测，以确保每批产品的全程监控。迄今为止，该公司未因产品质量问题和客户产生重大纠纷。

并且，公司利用各专业的高端人才优势和对行业的前瞻性判断，打破传统高分子发泡材料生产企业只做材料供应商的模式，创新性地将成套解决方案的理念运用到生产经营中，形成了以客户需求为起点，通过整体方案设计及产品设计、评审、实现、验证、安装调试等一系列流程，最终满足客户需求，并为其提供持续的技术服务，构成完整的成套解决方案。

此外，公司还建立了扁平化的管理模式，研发、技术、生产、采购、质保、检测中心等各职能部门通过项目矩阵分工协作，公司总裁负责各项目间的协调。通过建立项目进度与控制数据库，天晟新材对生产经营和项目执行过程中的各个环节进行统筹安排和考核，缩短了业务流程时间，降低了经营成本，提高了运营效率。

扩建项目确立长远优势

据了解，天晟新材此次募集的资金将主要用于以下几个方面：

一是新型结构泡沫生产能力扩建项目。该项目总投资 31847.5 万元，包括建筑工程、设备投资以及补充流动资金等。项目建成投产后，2011 年达产率将为 30%，2012 年以后达产率将为 100%。预计，该项目全部达产后可年产结构泡沫材料原板 4000 吨，新增年营业收入将为 30600 万元，年利润总额为 10115.8 万元，新增净利润为 7586.8 万元。项目投资回收期为 4.4 年，具有良好的经济效益。

二是技术中心建设项目。该项目建设具有几点必要性：巩固主营业务技术优势和市场优势的需要；开拓新兴市场、多元化发展的需要；新产品产业化的需要。通过发挥技术中心的技术孵化器功能，有望在企业内部实现新技术与新产品、新工艺的无缝连接，对外通过不断的技术创新和研究成果的商业化，进一步巩固公司的核心竞争力和可持续发展能力。

此外，还将投资一些与主营业务相关的其他营运项目。天晟新材募集资金投资的新型结构泡沫材料扩产项目达产后，结构泡沫材料的生产能力将进一步提高，可以解决目前生产能力不能满足需求的问题；通过对技术研发的投入及规模效应，该公司将有效降低产品生产成本。可以预期，随着核心竞争能力的不断提升，天晟新材先进的技术、可靠的产品质量以及低成本优势将越来越得到体现。

家乐福忧患

上接 28 版

据了解，家乐福各个门店的订货、陈列、促销等核心权力，长期掌握在店长及各级管理人员手中，部分供货商为了获得销售机会，或者在谈判中拿到较好的合同条款，会私下向门店采购和管理人员行贿。家乐福中国区总裁罗国伟 2007 年初上任后，强化了总部对门店的控制和管理，举措包括上收门店的采购职权，推行以 CCU 为中心的区域采购模式，实施前后台改造等。

家乐福的集权改革取得了一定成果，但也引发了一些阵痛。部分被“削藩”的店长选择了离开。

模式之患

家乐福在华“本土化”进程中的另一把“双刃剑”，是其开创的向供应商收取通道费用盈利的模式。这一模式帮助家乐福轻松获得了大量利润，但也引发了家乐福和供应商接连不断的矛盾，并可能成为最终给家乐福带来致命伤害的痼疾。

过去的十多年中，随着中国零售市场从供不应求转向供过于求，掌握渠道的零售商获得强势地位。借助这种优势地位，家乐福 1995 年进入中国后率先采取向供应商收取各种费用的方式谋取利益，国内很多超市纷纷效仿。处于劣势的供应商为了进入超市系统而不得不向零售商交纳名目繁多的各种费用。

据了解，家乐福向供应商收取的费用包括进店费、堆头费、促销费、广告费、节庆费等，这些被供应商认为不尽合理的费用统称为后台费用，大约占到商品零售价的 15%左右。

此外，家乐福的货款结算周期较长，低成本占用了供应商的大量货款。有数据显示，沃尔玛、大润发的平均货款结算周期在 30 天以内，而家乐福的结算周期长达 50-60 天。

对以家乐福为代表的内外资零售企业而言，向供应商收取的销售返点、延长账期以及各种费用，已成为其主要的利润来源，而通过进销差价获取的利润所占比重较小。

中国连锁经营协会《2009 年零售资金链风险报告》显示，在目前零售企业的经营模式中，应付账款是零售商最主要的资金来源，收取通道费用、物业出租利润和投资收益是最主要的利润来源。

该协会会长郭戈平分析说，这意味着零售企业核心经营能力的丧失和利润波动风险的加剧，是不可持续的。

据称，家乐福在华经营的利润总额中，60%以上来自供应商。

商务部副部长姜增伟曾表示，目前国内零售企业的(利润构成中)，自身经营只占 10%左右，大部分靠“联营扣点”和出租柜台获取。

零供关系失衡背景下出现的“食利型”盈利模式，使零售商与供货商之间的矛盾时有出现，家乐福多次成为零供纠纷的主角。2003 年的洽洽、阿明等炒货企业，以及近期的康师傅、九三油脂等企业，都围绕“进场费”问题与家乐福产生摩擦。

受到家乐福等零售商盘剥的很多中小供应商，处于进退两难的窘境。一些供应商反映，目前在家乐福超市中“赔本赚吆喝”，微利甚至亏损。它们之所以勉强维持，主要是因为家乐福销量大，可以摊薄一部分成本，而且外资超市的光环能提升其商品的品牌，有助于进入其他销售渠道。

北京商业管理干部学院中国供应商研究中心 2008 年进行的“中国供应商生存状况调查”显示，当前我国的零供关系处于一个非常不合理且隐患严重的阶段，已经危及到整个产业链的和谐，甚至潜伏着严重影响社会稳定的隐患。

2006 年 10 月，商务部、发改委、公安部等五部委联合颁布了《零售商供应商公平交易管理办法》，旨在规范零售商与供应商的交易行为，维护公平交易秩序。部分供应商称，这一规定虽然起到了一定的约束作用，但落实不够到位、执行力度不够，一些强势的零售商尽管减少了收费项目，但收费比例依然较高。

最近几年，随着网络零售业务的兴起，供应商和消费者增加了一条更为通畅的对接通道，双方对传统零售渠道的依赖度均有所降低，超市在面对供应商时的话语权有所削弱。

PE家笔记

新能源项目觅食记



投资手记

阚治东 东方汇富创业投资有限公司总裁

在华锐风电上市之后，很多人见我都会对我说："阚总，你们的风电项目投的很成功啊！"坦率说，当年我真的为投资新能源项目而东奔西跑，也走了不少弯路。

其实无论PE还是VC，都存在投资难的问题，关键难点就是在投资项目选择上。今天，谈谈我们早期新能源项目觅食的故事，从中可看出真正的好项目绝不是俯首即得的。

寻食新能源

2005年，我和几个合作伙伴在深圳市成立了东方现代创业投资管理公司，募到第一笔资金——仅几千万人民币，就此开始了我们的创业之路。最初我们确定的投资方向是新能源，但新能源的行业宽度很大，风能、太阳能、潮汐能、生物能等等，想从中找到理想的并适合我们投资的项目并非易事。对PE来说，找好项目就像动物以独特的方式获取生存食物一样艰难。

正当我们到处寻觅新能源项目时，有朋友告诉我，宁夏银川有一个非常不错的新能源项目，这个项目可用甜菜为主原料，通过复合酶技术，最终制造出高纯度乙醇酒精，而乙醇酒精可用作汽油的添加剂。

当时的背景是：宁夏银川当地砂质土非常适应甜菜的生长，亩产量很高，过去传统习惯是用甜菜做糖的原料，那几年糖业不景气，挫伤农民种甜菜的积极性，当地政府正在苦苦思虑甜菜的新出路。此时有一专利技术持有人表示，他可以通过一项新技术让甜菜转化为乙醇酒精的原料，当地政府自然喜出望外，于是政府给地、给政策，甜菜转乙醇项目很快落户了银川。

我们去了宁夏，接待我们的是负责这个项目组的成员，这是一批来自深圳的具有文人气质的新型企业家们，他们对这个项目充满激情和信心，在他们感染下，我们对这个项目兴趣倍增。但我们也有疑问，甜菜糖分多而淀粉含量低，怎么可能作为酒精的制作原料？他们就告诉我们，核心技术就是复合酶，说起复合酶的发现，他们又给我们讲了发生在海南省的一个非常神奇的故事。

我们姑且相信了这些故事，而且从初步资料看，这个项目经济账还算不错，当时一吨甜菜不足200元，项目组称6吨甜菜可以生产一吨酒精，一吨酒精销价4000元以上，也就是说生产每吨酒精的毛利在2000元以上，如果这个项目计划达到年产10万吨乙醇酒精，其经济效益是相当可观的。于是一段时间内，我们派了一个项目工作小组在银川跟踪考察这一项目，但最终由于项目的技术数据几次测试都不是很理想而放弃。

此时，又有朋友介绍一个生物柴油项目，我们在北京见到了这位技术持有人，当场请人从超市买来两小桶豆油，然后由这位专家当场演示制造柴油过程。他就像变魔术一样，在豆油中加了多种化学成分，此时再闻那两桶油已不再有豆油味，而是冒出一股刺鼻的柴油味。一吨豆油制造一吨多柴油，其经济账显然合适的，我们自然对这一项目产生了兴趣，于是派人到广东某地的豆油转柴油工厂，发现工厂冷冷清清，没有出现想象中的火爆生产场面，一问才被告知，由于柴油走私严重，生物柴油很难从价格上与走私柴油抗衡。

再之后，还有人向我们推荐秸杆制酒精、各种动力电池等新能源项目，不胜枚举，但都被我们一一否定。

鲍博士的故事

美国风能专家鲍亦和博士，是上帝看到我们辛苦而赐予我们的礼物。这是一位祖籍在江苏东台市的美籍华人，40年前，他由台湾去美国，在美国约翰-霍普金斯大学获博士学位，并成为美国国家工程院院士。2005年，鲍博士已近古稀之年，但对事业的追求不亚于年轻人。

与鲍博士第一次相见，他便打开一张中国风能资源分布图，在这张地图上，江苏沿海、山东沿海、河北到内蒙、中国西部，整个大中华区域，风能资源都非常丰富。鲍博士认为，无论从京都议定书提出的大气层有害气体排放限制看，还是从中国煤油资源角度看，中国新能源的开发利用势在必行，而其中的重头戏就是风力发电。

除了说明中国风能优势之外，鲍院士还向我们介绍他在美国建立风电厂的经验，包括了他拥有自主技术产权的立轴式风机。鲍院士一席话打动了我们。在鲍院士建议下，我们去了江苏东台市的滩涂地考察，那是一片由长江冲击形成的滩涂，烟波浩淼、漫无涯际。鲍博士领着我们一行往纵深方向走了很远，大风把我们吹得东倒西歪，但鲍博士更显高兴，他说，这才是好风场，并说，凡是好风场都是不适合人类居住的。

当天晚上，东台市政府接待了我们，听我们来意非常高兴，当天与我们签订了一份框架合作协议，东台市划拨一块足有100平方公里的滩涂地让我们建造测风台，然后建几个小型风力发电厂。当时我们估算，一万千瓦的风力发电厂投资成本约为1亿元人民币。此后，我们与鲍博士开始忙活，注册公司、建造测风台、租赁办公室。等一切忙完了，传来消息，国家决定在东台沿海建立20万千瓦的风力发电厂，并明确规定，这些项目都是国家特许招投标项目，也就是说，不允许民间资金随便在东台搞小电厂。拿到标书一看，我们更傻眼了，无论是资质还是资金实力，我们根本无法参与这些项目的投标。

但鲍博士不甘心，他让我们与一家国内能源投资公司商量，看看能否以他们的名义拿标书，至于资金，他将去与欧洲一些银行商量，争取拿到长期低息贷款。

失之东隅 收之桑榆

兵分两路，先表一枝。

与鲍博士分开之后，我们从上海、北京等地请了一批能源投资相关的朋友在东台举办了一个座谈会，谈了我们的想法和打算。会议休息期间，有人对我说，阚总，发电这块你们肯定无法与大电力投资公司竞争，但你为什么不往风电设备这方面去考虑？

> 会议休息期间，有人对我说，阚总，发电这块你们肯定无法与大电力投资公司竞争，但你为什么不往风电设备这方面去考虑？一席话让我茅塞顿开。

一席话让我茅塞顿开。通过查资料和进一步的了解，我们发现大型风电设备几乎被欧洲一些企业垄断，我国仅有新疆金风公司可以生产一些小型的风电整机。我国大力发展风电新能源，大型风电设备国产化势在必行。于是我们团队决定转向所需投资资金较少的风力发电设备行业。在这过程中不断有人担心，我国风电行业能否大发展？大型风电国产化技术是否成熟？引进海外大型风电设备生产技术能否短时间消化？这些争论一直伴随着我们直到华锐风电第二期出资时。

在那段时间，我还正被南方证券问题纠缠处在最艰难时刻，团队部分成员离开了我，出资的压力自然留给了剩下的成员。项目的不确定性和资金的压力，使剩余人员也对这项投资产生了分歧。是否继续出资，还是就此罢手？我坚持认为，这是一项正确的投资，并认为如放弃这一投资，未来肯定非常后悔。大家尊重我的意见，克服各种困难，最终完成了这个项目的全部投资。此后曾有人问我当初为什么那么坚持，我开玩笑说，我们是撞大运了。但坦率说，如果真要说原因，或许与我那段失去自由的日子有关。

当年我因南方证券问题失去21天自由，当时在看守所中我唯一能够阅读的报纸就是深圳特区报，我清楚记得，有一天报纸上登载了我国"第十一个五年计划"全文，我仔细阅读了"十一五"计划，其中涉及风电的几处更是反复细读，其中就有电力、新能源和高端装备业涉及大型风电设备。从文章中，我看到了国家发展新能源的决心，也看到了风电在新能源中的地位，更看到了我国将大型风电国产化的急迫性，这或许是我一直看好风电的最主要原因。

转眼间，五年过去了，我国的风电装机容量已是世界第一，我们投资的华锐风电在国内风电设备生产行业中位居领先，在世界位居第三，当时坚持投资的人也取得了收获。

此前，我曾希望鲍博士能像我们一样，将关注重心也从小型风场项目转移到大型风电装备，但鲍博士以其执著的事业精神，至今坚持他小型风场和立轴式小型风机主功方向，我相信他一定会有所收获，但更感谢他对我的风电启蒙。

相关链接

华锐风电

华锐风电设立于2006年2月，开办时注册资本1亿元。阚治东旗下公司是华锐风电主要发起人。华锐风电用了5年的时间，成为中国第一、全球第三的风电设备制造商。截止到2010年6月底，华锐风电半年的销售收入75亿元。2011年1月13日，华锐风电上市，此前其以90元/股价格发行，为上海证券交易所有史以来发行价格最高的股票。以上市日的价格计，华锐风电是风险投资行业收益率最高的项目之一。





汽车 Automobile

编辑:张耀东 E-mail:zhangyaodong@eeo.com.cn 美编:周青 2011.1.31



限令下的方向

对于汽车行业,2011年很可能是一个缺乏明显特征的过渡之年。

之所以谓之为过渡,是因为这一年将充满诸多不确定因素,但又都难以在短期内对汽车行业产生根本性的冲击。

北京的限牌限行措施会不会产生蝴蝶效应?巨大的汽车消费潜能是不是已经被2010年的疯狂所提前释放?千亿打造的新能源车项目能不能得到市场的认可?另外,车企们在去年争先恐后的扩产投资浪潮,也要到明后年才能被建成,当下这些或是"英明",或是"盲目"的决策才能得以验证。

2011年,车企们真正的竞争还没有来临,主流车企产能仍普遍不足。去年赚取的丰厚利润让车企们"粮草充足",他们并不着急,可以耐心地选择未来的发展方向,去准备"决战2013"。

两三年之后呢?那时的功过成败是由当下的方向决定的。因此,我们制作了这个专题,从市场、企业、产品技术、品牌等四个方面讨论中国汽车的方向。结论或许简单偏颇,但谁又能让已然飞出去的子弹改变方向呢。

——编者

汽车趋势点

1 谨慎

每到年初,车界都会对新一年的产销量持悲观态度。以至于年年以产能过剩的警告为"片头",以销量继续攀升、产能还不够的皆大欢喜为结尾。这样的"狼来了"喊了近十年。在这个或无雪或雪灾的冬季,车界人士们开始担心,在失去政策推手、"限"字当道、透支消费之后,"狼"真的来了吗?

2 合资自主

不管外界争议再多,越来越多的合资企业已经要做"自主品牌"了。其实没必要在合资企业自主品牌的问题上纠缠下去,合资企业产品下探,与自主品牌正面交锋是必然的事。叫什么不重要,关键是合资企业与自主品牌在市场上针锋相对的时候真的来了,自主品牌与其指摘对方投机、血统不纯,不如赶紧"备战"去。

3 多品牌

多品牌确实是一条快速抢占市场的方式,也便于自主品牌向上发展,但同时也对企业的研发、品牌、营销、管理等方方面面提出更高的要求。相比之前两年的冒进姿态,新的一年,深化多品牌战略的自主品牌在这条多元发展的道路上更加慎重,步伐更加稳妥。

4 新能源"上路"

补贴政策有了,充电站开始建了,但电动车等新能源汽车的销售业绩还是未见太大起色,原因是产品不"给力"。虽然厂家近几年宣传得热火朝天,但对于消费者来说,真正能够打动他们的产品尚未真正出现。新的一年,经历了宣传热潮的新能源汽车,需要的是真正"上道"的产品。

5 上市

虽然车企老总面对媒体时总是非常笃定地表示"不差钱",但看看一汽、北汽等尚未上市的忙着整合资产、申请排队,上汽、长安等已经上市了的隔三差五地增发,您就明白,汽车行业是一个很缺钱的行业。尤其到了国内汽车行业自主开发、兼并重组、国际化的阶段,产业资本与金融资本的结合将更进一步。

6 强弱分化

无论是跨国巨头,还是本土企业,面对持续高增长的中国市场,加速扩张是汽车制造商们共同的抉择。于是,外资企业想尽一切办法突破产业政策"瓶颈",如合资企业发展自主品牌、洋品牌本土化;而本土企业则加紧资本的原始积累,包括求助于资本市场、多品牌运作等。在这个过程中,企业分化的趋势越来越明显。

7 个性化

在这个"让个性飞"的年代,开辆宝马都会被人暗嘲为"没有个性"。如何选一辆既有范儿、又特别、还足够实用的车将成为诸多准车主们必须深思熟虑的事。尤其是北京的中青年们,如果将"撞大运"摇到的车牌号安在了一辆"大俗车"上,那将是一件很没面子的事。

8 品牌绞杀

对于自主品牌车企来说,想要成为百年企业,就必须掌握能"国内外大餐"通吃的手艺。而洋品牌要想在中国巨大的汽车市场上分羹,就要让消费者有品西餐的尊贵和吃中餐的舒坦。现在看来,中国车市上的老外们已经开始习惯用筷子吃饺子,而中国本土品牌的老总们也开始用刀叉抢食海外市场的牛排。

市场篇

车市:迷茫与转型

本报记者 张煦 北京报道

"10%"还是"—10%"?中国汽车市场在2011年一下子站在了岔路口。

2010年产销量双双突破1800万辆的纪录还在眼前,不断深掘产能和扩建产能的车企还在忙着交付堆积的订单,再加上除北京之外,各地经销商们依然可以将到货的新车销售一空……

但另一方面,诸多刺激汽车销售政策已经终止;以北京为代表的限购引发的全国车市"降温";再加上2011年即将实施的一系列汽车新政,这些都使得汽车厂商、经销商有些雾里看花。已经持续增长了十年的中国车市,在新年中开始被质疑。

有厂商预测,中国车市增长将放缓,5%或10%是普遍认为的增长区间。有经销商认为,"透支后的中国车市将在今年面临考验。负增长极有可能。"两大汽车分析研究机构的数字更是大相竟庭。中国汽车工业协会(下称中汽协)认为,2011年中国车市将增长10%至15%,而乘用车联席会(下称乘联会)则认为,10%的负增长将终止中国乘用车向上的脚步,中国车市究竟将走向何方?

众说纷纭,莫衷一是,有一点是明确的,那就是在开年之初,中国汽车市场陷入一种进退取舍的迷茫和谨慎的情绪之中。

> 中汽协认为,车市将增长10%至15%,而乘联会则认为,10%的负增长将终止中国乘用车向上的脚步。两大汽车分析研究机构的数字更是大相竟庭,中国车市究竟将走向何方?

车市迷茫

在年初,一种车市将走低的情绪开始蔓延开来。乘联会秘书长饶达认为2011年第一和第四季度将出现负增长。

年初车企公布的2011年产销计划来看,均表现得较为谨慎。吉利集团已经从"快速发展"调整为"稳健发展",并在去年销量目标增长22%的基础上,再次下调目标至增长18%。

光大银行总行信贷审批部日前向北京分行发出《关于对汽车销售行业提示风险并开展风险排查的通知》,预警北京汽车经销商的贷款风险。

而在京经销商已经出现了退租、转让、裁员的现象。

"我们注意到了市场上的不利因素。"中国汽车工业协会副秘书长顾翔华坦陈,通货膨胀压力大,进一步扩大内需存在制约,资源和环境制约因素突出等,都将对2011年的中国车市产生一定的消极影响。但即便如此,中汽协仍认为"不至于出现总体销量的负增长"。

顾翔华的理由是,从宏观来看,2011年是"十二五"计划开局之年,一系列因素使2011年经济可以保持一个较快发展速度。此外,维持汽车消费快速增长的基本因素依然存在,二、三线城市乃至四、五线城市汽车消费将进一步升温。因此,车市还将持续增长。

"2011年中国车市还将保持10%至15%的增长,蝉联世界第一。第一到什么时候?我没想过这个事,因为我这辈子看不见这个事!"中汽协秘书长董扬对中国车市的信心十分强烈。

两家协会的预测第一次出现了如此大的矛盾。而这恰是已持续上涨了十年且年新车消费占全球四分之一强的中国汽车业,开始陷入迷茫的缩影。

"已经飞速增长三年的中国车市,将在2011年进入一个关键时期。对于新年的车市实在难以预料,但应该会有两位数的增长。"东风日产乘用车公司副总经理任勇如此表示。

"目前中国车市的形势还不明朗,北京限购等政策对车市造成的影响还无法预计。"加达汽车销售有限公司总经理刘振东的感受在经销商中颇具代表性。

"根据了解,中国汽车业界对明年市场的增幅预期观点存在较大分歧。不过在业界谨慎预言的背景下,明年增速将放缓基本达成共识。"盖世汽车网总裁陈文凯表示。

"主流厂商由于受到产能限制,所以基本上2011年车市增长也就在15%左右。"中国民生银行交通金融事业汽车金融总经理王炜如此表示。

在迷茫的深处,调整、谨慎与紧缩将成为兔年中国车市的主基调。

业务转型

持续三年的汽车消费过热,带来了诸多利益,而引发的矛盾也随之而来。

在罗磊看来,最大的矛盾已经开始出现,即:汽车与交通的矛盾,汽车与能源的矛盾和汽车与环境的矛盾。"这三大矛盾集中在这一两年显现出来,因此有了相关地区的限行、限购。从各个渠道汇集来的消息显示,中国车市都是在降温。"

2010年12月23日北京限购政策发布,接着,广州、深圳、成都等多个城市都在酝酿治堵政策。亚市总经理迟亦枫坦言,"这为快速发展的中国汽车行业带来新的危机,如何应变将成为全行业2011年必须面对的课题。"

除了用"限"的手法解决矛盾之外,如何建设好汽车社会的生存环境,也是关键所在。董扬的观点是,从政府的政策,到各个部门、各个产业都需要协调发展。"应该有汽车社会相适应的销售系统,维修系统,服务系统,文化、娱乐系统。"

第三方面,业界普遍认为,如果车市真的放缓,也未尝不是好事。在罗磊看来,北京限牌以及车市销售放缓,可以令经销商冷静思考从而进行策略调整,从一个纯粹的卖车机器变成服务型的企业。罗磊认为,经销商将实现三个转变。首先,是服务主体的转变。在市场非常好的情况下,经销商的服务主体不是消费者,而是厂家。今年就会实现服务主体的转移,就是由生产企业向消费者转移。

第二,经营策略的转变。由卖车型企业向服务型企业转变,延伸服务链,将现有的客户转化为客户资源,也就是"粉丝"。

第三,营销方式转变。厂商对经销商依存度将有所提高,是业界普遍认同的观点。据悉,一汽集团正在筹备成立一个经销商投资人的委员会。在集团层面把所有产品链跟经销商进行深度合作,使得厂商与经销商的关系更为平等、共融。"我们很高兴的看到这种关系正在逐步确立。"

(本报记者魏黎明对本文亦有贡献)

企业方向

车企：融资与扩产齐飞

本报记者 杨小林 北京报道

对于汽车企业而言，刚刚过去的2010年是“灰常给力”的一年。在购置税优惠、以旧换新、汽车下乡、节能惠民产品补贴等多种鼓励消费政策叠加效应的作用下，汽车产销双双超过1800万辆，创全球历史新高，再次蝉联全球第一。

在市场井喷的大背景下，汽车企业个个赚得盆满钵满。当然，也有企业因为过去一直推行保守的市场战略，错过了2010年中国车市的又一轮井喷而懊恼不已。

进入2011年，车企们仍然希望收获更多，但是摆在他们面前的中国市场，仍然像是一个挂在树上的青苹果：充满诱惑但却酸涩的难以下咽。刺激政策的收缩、银行“钱袋子”的收紧、城市环境的拥堵以及产业政策的微调，这些大的宏观环境，都将成为他们在2011年中“成长的烦恼”。



车企在继续加速与适当踩刹车之间犹豫 华盖创意/供图

跨国车企扩产冲动

事实证明，那些在2010年都取得了创纪录销量和盈利报表的跨国车企，诸如产销目标双双突破200万辆大关的大众和通用，以及现代起亚、日产等，无一不是此前数年就开始在国内高调扩张者。

“给力”的2010年，让众多跨国车企预感到，中国车市在短期内不会改变持续增长的势头。为了抓住眼前的市场机遇，越来越多的外资巨头们走上了大肆扩产之路。一时间，产能“军备竞赛”风起云涌。

在扩产备战的竞赛中，最为激进的当属德国大众。这个一心要把中国市场打造成赶超丰田最大“筹码”的进攻者，借助2009年底提出的“南方战略”的实施，一年之内接连在中国广东和南京布下了两个全新的整车生产基地。

紧随大众步伐，通用、福特、标致-雪铁龙、日产、现代起亚和本田等外资巨头，同样在去年不约而同地启动了扩产计划。

通用在华合资公司上汽通用五菱和一汽通用，相继在青岛和哈尔滨启动了大规模的产能扩张项目，分别用于生产微型客车和轻卡。日产则不仅在花都启动了东风日产第二工厂的建设，还借用郑州日产的新增产能生产奇骏和逍客。

连一向保守的福特和本田，也相继在去年的7月和11月启动了中国的扩产计划。福特不仅在江西南昌兴建一个规划年产30万辆的整车基地，还在重庆新建整车和发动机工厂；本田则在武汉启动了东风本田第二工厂的建设。

值得注意的是，这些急于上马新产能的跨国车企，也都在最近一两年时间里遭遇了同样的产能“瓶颈”，而这种由产能“瓶颈”对跨国车企抢占中国市场产生的“制约”效应，也因车市的异常火爆在2010年达到顶峰。

然而，车企扩产的最大风险并非来自市场，而是来自产业政策的“微调”。据悉，出于对产业结构调整的需要，以及对汽车保有量过快增长将给社会环境带来巨大压力的担忧，在扩产项目的审批上行业主管部门已经“收紧了口袋”。

一汽-大众南方工厂奠基数月却因审批“卡壳”而迟迟未能动工，成为2010年产业政策“严控”跨国车企扩产的最好注解。据悉，上马新能源车项目并推出合资自主品牌，已成为新合资项目审批的“充分必要条件”。

一边是跨国车企难以抑制的投资冲动，一边是行业主管部门下达的产能“过剩预警”，以及随后跟进的宏观调控政策。二者的博弈就像在玩“猫和老鼠”的游戏，如果游戏规则不变的话，那么2011年这种游戏仍会继续。

汽车集团融资圈地

与跨国车企在中国布局饱受产能困扰不同的是，一心要通过打造自主品牌与“洋品牌”抗争的国内大型汽车集团，则普遍面临着资金上的“饥渴”。在过去的2010年中，未上市的汽车集团突击上市，已上市的企业大肆增幅融资，大集团间的自主品牌战役也已硝烟弥漫。

“搞兼并重组需要资金推动，搞自主研发打造自主品牌同样如此，这些都将是真金白银的投入。”市场分析人士认为，汽车行业作为资本密集型的产业，只有将产业资本和金融资本有效地结合起来，才能达成有效的规模效益。

与此同时，国内汽车集团近年来在发展过程中出现越来越明显的分化趋势。

经过2010年的车市鏖战，上汽集团已彻底巩固了其在第一集团军中的“龙头”地位，而东风和一汽则与之拉大了差距。中汽协的统计显示，上汽销量由上年270.55万辆提升至355.84万辆，同比增长31.53%，净增85.29万辆；东风和一汽则分别销售272.48万辆、255.82万辆，同比分别增长36.05%和31.55%。

而在第二集团军阵营，去年大肆扩张的长安则一举越过200万辆门槛，全年销售达237.88万辆，增幅为27.22%。不仅迅速拉大了与北汽、广汽(后两者的销量分别为148.99万辆和81.62万辆)的差距，而且足以跻身第一集团军，成为仅次于“三大”之后的国内第四大汽车集团。

类似的分化发展趋势同样在以奇瑞、华晨、比亚迪、吉利和江淮等车企第三集团军阵营中上演。值得一提的是，那些在各自阵营中排位蹿升的车企，毫无例外都是上市公司，后者通过资本市场获得的资金优势，实现了企业在产销规模上的跨越式增长。对比之下，未上市的汽车集团的扩张步伐则或多或少受制于此。

继广汽和力帆相继在港股和A股实现集团整体上市目标后，一汽和北汽也在去年同时启动了集团的整体上市进程。而已经上市的长安和上汽，则选择增发融资，以解自主研发的“资金之渴”；比亚迪和长城等在港股上市的民营企业，则纷纷选择回顾A股这一更大的融资平台。

为此前高调发布的自主品牌计划“输血”，是车企争相涌入资本市场的直接原因。

按照上述企业发布的“十二五”规划，上汽目标为600万辆，一汽、东风和长安均为500万辆，而北汽和广汽则同时将目标锁定在300万辆。其中，为达成自主品牌产销规模和产品结构的双重提升，一汽和上汽将在未来五年斥资百亿投入自主品牌的研发和生产，而长安、北汽和广汽的投入同样力度空前。

企业篇之案例

组建研发团队 本田产品新策略启动

本报记者 张耀东 北京报道

2010年，本田在中国的销量为65万辆，超过了两家合资企业——广汽本田和东风本田总计60万辆的产能规模。对于这个业绩，上任刚刚十个月的本田中国业务最高负责人仓石诚司还算满意。

但在业界看来，与大众中国192万辆、通用汽车235万辆、丰田的84.6万辆相比，本田年销售65万的数字并不算抢眼。要知道，12年前就已在广州设立整车合资企业的日本本田，曾在很长一段时间内都是在华经营质量最好的跨国汽车企业，雅阁、CRV等车型都曾在各自的细分市场上创出销售神话。如今，产能不足束缚了本田在中国的发展，就连本田社长伊东孝绅也坦承，在中国有些保守了。

去年4月，仓石诚司正式由东风本田总经理升任本田总部的中国本部长，负责本田在中国的业务运营。在过去的300天里，仓石诚司很重要的一个工作就是要让本田能够跟上中国汽车行业的整体发展速度，其中也包括因经济危机而延迟的工厂扩建项目。去年10月，东风本田第二工厂奠基，而广汽本田的产能也将扩建到48万辆的规模。

更为重要的是，仓石诚司启动了一项产品本地化的战略，今后本田将会针对中国市场开发全新的产品，“将以中国消费者的需要为开发主导，在中国采购零部件生产，并推广到全球”。

对于本田来说，这是一个迟到的项目，大众、通用都已推出了此类的车型，但“晚到”总比“不到”强。

神秘团队

今年1月，在位于北京东三环的本田中国总部，一个初期由六七个人组成的技术团队正式开始运行，他们的任务就是为本田新车型开发做前期准备。“他们办公室就在我身边，以便我能随时看到他们的工作进展”，仓石诚司半开玩笑地说。

成立这个团队的原因很简单，中国已经成为了全球最大的汽车市场，本田理应有专为中国开发的产品。本田的每个新车型的研发，都有其针对的主导市场。但目前，本田在中国的热销车型中，雅阁是为美国市场开发的、飞度是为日本市场开发的、思迪则是针对泰国等东南亚市场。

虽然这些产品在中国取得了不错的业绩，但从长远来看，是很难与大众、通用等专门针对中国开发的车型相比。最近两年，本田在中国推出的新车型——思铂睿、歌诗图都难言成功，就是一个危险的信号。

以CRV为例，这款车原本是为美国市场开发的。但是，目前CRV在中国的年销量已经达到14万辆，销量仅次于美国。因此，未来的新款CRV是不是也应该以中国市场为蓝本来开发？

于是，仓石诚司说服本田总部同意针对中国市场开发新车型。这不同于广汽本田的理念品牌，那是隶属于合资公司的自主品牌，而仓石诚司要做的是本田品牌的全新车型。

仓石诚司透露说，在中国开发的车型，每年的销量要“最少不低于5万辆，最好能达到10万辆以上”才有意义。这些新车，并不仅仅是传统的三厢轿车，很可能会是全新类别的车型，“今后我们将进一步研究中国用户到底需要什么车型。然后有针对性地开发”。

“这项工作才刚刚起步，还不到考虑放在广汽本田还是东风本田生产的地步”，仓石诚司否认了要“在广汽本田生产针对中国市场开发的大型SUV”的说法。他希望在2012年4月的北京车展上，能够拿出有效的产品，展出这款新车的原型车。

向上突破

仓石诚司的另一大课题是如何让本田在中国向上突破。目前，广本和东本所生产的高端产品都遇到了挑战，而代表本田公司技术实力的高端品牌讴歌在中国的表现也是平平。

2010年，讴歌品牌在中国销量为5222 辆，虽同比增长155%，但仍落后于英菲尼迪的1.1万辆，与雷克萨斯的5万余辆更是相距甚远。更为严重的是，讴歌品牌的主要销售都是由一款SUV车型MDX实现的，其产品数量明显要少于竞争对手。

仓石诚司认为，讴歌是在美国发展起来的品牌，车型设计更适合美国市场的需求，基本上都是3.5升、3.7升这样的大排量车型。但中国，大排量车型的消费税率很高，这对讴歌的销售影响很大。因此，到目前为止，讴歌品牌在中国的工作重点还是放在特约店开拓等基础建设上。

对于讴歌以后的发展，仓石诚司开出的药方仍是要推出适合中国市场的新车型。“今后三年内，将投放3款全新车型，包括混合动力车型，同时也对现有车型进行技术改良”，仓石诚司没有明确会不会推出小排量讴歌品牌车型，但他表示，“将会在讴歌各款车型上搭载本田最尖端的技术，将其打造成为大家喜爱的品牌。”2011年，讴歌的销售目标是7500辆，特约店从目前的34家扩展到50家店。

在本田品牌的进口车上，仓石诚司的重点放在了混合动力车上。“将在2012年把混合动力车型INSIGHT、CR-Z通过进口导入中国市场”，仓石诚司透露。

另据了解，本田已经把混合动力车作为在中国市场的一个机会点。混合动力版飞度等车型也将会陆续导入。

“第一步是进口销售，然后考虑本地化生产”。仓石诚司认为，“普通混合动力与插电式混合动力是最适合中国市场的”，“如果中国政府能像欧美、日本政府给予混合动力车的优惠政策，将有助于其普及。”

“但即使没有优惠政策，我们也会积极引进混合动力车型。”仓石诚司的态度很明确。

企业篇之案例

比亚迪过冬

本报记者 魏黎明 广州报道

岁末年初的这个冬天，比亚迪或许是众多车企中唯一被迫保持冷静的一家。销量未达下调后的目标，比亚迪告别高速增长期。

在刚刚过去的底特律车展上，比亚迪总裁王传福表示比亚迪进入了平稳增长期，今后每年增速预计在10%-20%。按此计算，比亚迪要在2015年达成中国第一的努力，几乎宣告失败。

然而，王传福称这个宏伟的目标始终未变。漫长的冬季之后，他和比亚迪能够迎来一个更好的春天吗？

冬天来了

目标从80万下调至60万，最后定格为51.98万，这是比亚迪在车市突飞猛进的2010年取得的成绩。

从2006年开始，比亚迪就步入高速增长的轨道，100%的增长率成为常态。相比之下，去年15.5%的增长率显得多少有点不堪，甚至远远低于行业平均增速。

相应地，比亚迪港股当前股价已经较高峰期下跌一半有余。多家投行机构对比亚迪给予评级下调，有的甚至鼓吹减持。

去年爆发的经销商退网事件成为比亚迪减速的一个转折点。在将增长率定为约100%之后，80万的年销量注定要求比亚迪大幅度扩张经销商规模。因此，比亚迪在全国各地各种级别的经销网点一度多达1200家。与2003年比亚迪初涉汽车市场时的约100家相比，增速惊人。

在快速增长期，比亚迪的发展引人瞩目。一位合资车企中方负责人就曾对本报表示看好比亚迪的模式及其未来。但他同时也提出了担忧，那就是比亚迪现行的网络模式要求其每推一款车型都必须取得成功。否则，整个网络体系就面临崩溃的危险。这个预测在比亚迪经销商退网事件爆发的数个月前，可谓一语成谶。

事实上，比亚迪在高速发展经销商网络的同时，也在相当密集地投放新车型。在第一款车型F3之后，短短7年，比亚迪旗下已经发展出F3R、F6、F0等9个车型。现在，在后续车型中，F6、F0较为给力，月销约万辆。但真正的主力仍是F3及F3R，据统计，该系列车型去年共售出超过25万辆，蝉联中国年销量最高车型称号。

也就是说，在比亚迪全部近52万辆销量中，一款推出已经7年之久的车型至今仍占据着半壁江山的规模。这既说明了F3的强大产品力，也说明了比亚迪后续车型的跟进乏力。

比亚迪的销售计划之所以与实际销量产生如此大差距，后续车型难辞其咎。对于比亚迪来说，这正是症结所在，一个持续发展能力欠缺的企业，如何实现一个高速增长的未来？

稳定增长期

前不久在美国底特律车展上，王传福称比亚迪进入“稳定增长期”，预计今后每年会保持10%-20%的增幅。按照这个增速计算，比亚迪无论如何也不可能达成2015年中国第一的目标。

这个1966年2月15日出生的男人，按照星座书上的解释，具有出色的原创力和想象力。这两种力量在王传福身上倒是相当突出，也由此传导到比亚迪。

然而，无论是王传福还是比亚迪，他们的想象力现在无疑都要接受现实的考验，只有原创力能够将它搭救出来。王传福仍然坚持他的想象力。他不承认他的争取两个第一的目标已经接近失败。或许正像比亚迪高级副总裁吴经胜所说，稳定增长期的说法是“王总的策略”。

事实是，比亚迪不能不将脚步慢下来。在承认对形势的估计偏于乐观之后，比亚迪在去年精简了约100家经销商。目前，比亚迪经销商数量为1000家左右，吴经胜表示，今后几年都会稳定在这个数量。

与此同时，比亚迪一贯的高库存也大幅度削减。据称，从去年12月开始畅销车型F3在各店都断货了。

比亚迪赖以成名的电动车战略目前也在调整。王传福在美国表示，当前比亚迪正在考虑新能源汽车的下一步走向。对于这个走向，吴经胜认为应该是公交电动化。其中，“大巴车更要排得靠前一些”。

在王传福的构想中，这或许将是比亚迪未来超出预计增长的一个点。他在不止一个场合强调，当前全国出租车和大巴车的数量达到170万辆，如果全部使用电动技术，将形成巨大的社会效益。

为此，比亚迪提出了一个公交电动化方案。在这个方案中，比亚迪的e6已经在深圳市试运营，据称效果良好，后续还将陆续有其他电动车型出现。

在面向私人消费的F3DM方面，比亚迪的策略由最初的高调转向务实。未来两年，比亚迪电动车F3DM和e6销售方面只规划了2万台的目标。

这并不是一个非常大的计划。据称，F3DM目前在深圳供不应求，但比亚迪必须控制产量，因为铁电池的产能跟不上。

> 比亚迪的春天不可能来自外部，诸如回归A股等。真正关键的是比亚迪从内部重新审视其发展模式和长远规划

总的来说，这在今后数年还是一个被限制的发展领域。因此，比亚迪的公交电动化方案势必也将受到影响，而无法在短期内对其快速成长提供强大的助力。

春天还远吗？

那么，比亚迪的春天到底在哪里，什么时候来？在电动技术前景仍不明朗的情况下，答案似乎总是语焉不详。

尽管如此，比亚迪对其电动技术坚信无比，王传福近来也频频在美国运作电动车输出项目。与之相应的是，比亚迪去年提出的储能电站的设想。一系列项目的背后，需要大笔资金支持。

根据计划，比亚迪将在今年实现回归A股，拟发行不超过8000万股，募资将达数十亿元。对于在H股处于低潮期的比亚迪来说，在A股市场得到一个新的募资平台，可稍解后顾之忧。

与对电动车技术的自信程度一样，比亚迪对其垂直整合的模式和能力同样自信。在这个模式下，比亚迪实现了低成本快速成长。并且通过收购先进的日本模具厂等手段不断加以强化。

吴经胜解释说，比亚迪一开始做汽车时，也曾试图找过配套供应商。但是，比亚迪最初的量并不大，供应商并不重视，因此也不可能做到低成本。所以，比亚迪只有自己动手，丰衣足食。目前，除了轮胎和玻璃之外，一辆车的所有部件全部由比亚迪自己供应。

吴经胜认为，在当前中国人力成本优势仍然存在的情况下，比亚迪的这个模式就仍然具有竞争力。

然而，在一个较为封闭的环境中，比亚迪在市场研发、技术进步等后续发展方面的能力也正在面临考验。最突出的一点是，在车型设计方面长期满足于模仿的方式很可能拖垮比亚迪。

因此，比亚迪的春天不可能来自外部。诸如回归A股等，只能令比亚迪短暂地喘口气。公交电动化，在市场化真正到来之前，似乎也只是一个画饼。真正关键的，是比亚迪从内部重新审视其发展模式和长远规划。无论是传统燃油车、电动车，还是垂直整合的模式，比亚迪都需要一些切实有效的改变。

吴经胜表示，我们也许会变，我们随时会变，这一切都要根据情况来定。

品牌方向

品牌力:越本土越成功

本报记者 张煦 北京报道

以往,洋汽车品牌更愿意强调历史;今后,将会越来越愿意与中国挂钩。

过去一年中,奥迪、宝马、奔驰等洋品牌的品牌宣传策略中,水墨画、京剧脸谱、本土艺术家等“中国元素”成为不可或缺的部分。这种品牌上的本土化正在从形式转向内涵,而且来自市场的信息是,本地化越深入的品牌,销售上越成功。

与洋品牌们努着劲儿比拼谁“更中国”相反,成长中的国内自主品牌开始比拼谁更“国际范儿”。奇瑞、长城等自主品牌急于通过达喀尔拉力赛这样的国际赛事证明自己,上汽荣威、吉利英伦的品牌宣传中有着浓厚的英伦情结。短短十年间,想要在中国落地生根的洋品牌与急于提升品牌、走出去的自主品牌,打造品牌的策略进行了一次耐人寻味的“换位”。

事实上,洋品牌的本地化兼容和自主品牌的国际化扩展,早已经在各个企业中全面展开,绞杀已然开始。

首先表现在产品上。此前,自主品牌与洋品牌的价格区间泾渭分明,以6万元为分界线各守上下两个阵营。2010年,上海通用率先攻破这条战线,将新赛欧拉低至5.68万元。之后东风日产玛驰也以低至6.99万元的价格入市,合资企业开始打低价牌。而这恰是此前自主品牌长期标榜的长项。此前,洋品牌在中国最敏感的便是避免低价,以国际化血统、原产国设计来包装,是洋品牌长袖善舞的路数。

当洋品牌开始渗透进自主品牌约40%市场份额的时候,自主品牌也开始瞄准了洋品牌60%的空间。吉利、奇瑞等开始在2010年实施多品牌策略,全球鹰、帝豪、英伦等品牌以体系化的格局抱拳出击。奇瑞的瑞麒品牌更是瞄准了20万元的价格区间。在品质和技术上,自主品牌也进步明显,五星级碰撞结果此起彼伏。

在研发设计上,自主品牌更愿意以国际化自居。与此同时,越来越多的洋车企把研发中心、设计中心设在中国。

其次,洋品牌和本土品牌的角色互换,还表现在渠道上。在北京、上海、广州等一线城市汽车消费潜力逐步饱和的情况下,越来越多的洋品牌已经开始深耕二、三线城市。包括北京奔驰等品牌在内,都将2011年的布局目标放在二、三线城市。随着经济型轿车的逐步推出,洋品牌有足够的产品下探到新生市场当中。

而对于自主品牌来说,把“战场搬到对手的家门口”也成为其海外布局的思路。

在人员和管理方面,自主品牌和洋品牌之间的融合更是在2010年表现得尤为积极。先是吕征宇官居英菲尼迪中国事业部总经理,这是主流跨国车企在华全资销售公司中,第一个来自中国大陆的总经理。之后,郑洁成为了克莱斯勒(中国)汽车销售有限公司总裁兼总经理。在奔驰中国、宝马中国、大众中国,一批本土精英也被提升到了副总裁的高度。按照吕征宇的表述,“我恰好出现在合适的时间点上”,未来五年内将会有更多的跨国车企任命中国高管,范围也将不仅仅局限在销售领域。

在资本运作上,“自主企业并购国际品牌增强自身实力,合资企业开发自主品牌成为趋势。”新华信国际信息咨询(北京)有限公司联合总裁和CEO林雷如此表示。在并购方面,北汽收购萨博关键技术以及2010年完成的吉利收购沃尔沃,都令自主品牌收获颇丰。有消息称,基于萨博9-5平台的C70G将成为北汽首款C级高端轿车,于2011年年底投放市场。

合资企业推出自主品牌的步伐更快,2010年广州本田推出自主品牌理念,东风日产推出启辰,上汽通用五菱的宝骏下线了第一款产品。而东风本田、一汽大众的自主品牌也在酝酿之中。“合资企业通过自主品牌开发将产品线向下延伸。”林雷表示。

2011年,对于自主品牌和合资来说将是关键的一年。对于自主品牌来说,不断努力的品牌向上能否见效,将面临考验。而当合资洋品牌及合资自主品牌以更为迅猛的方式抢食中低端市场之后,自主品牌如何保持既有的优势也是新的问题。对于洋品牌来说,如何在本土化的基础上,既赢得市场,又保持洋品牌质量的认可度,在技术上保持优势,也是洋品牌的新压力。

洋品牌与本土品牌的“角色互换”

洋品牌本土化表现	本土品牌国际化表现
BMW:全球“JOY”理念的中国式演绎“中国之悦”,广告中使用中国隶书、水墨画、京剧脸谱等中国元素	CHERY:瑞麒G5挑战世界最高难度的FI赛道德国纽博格林赛道,威麟X5参加达喀尔拉力赛
选用中国最有影响力的明星代言不同系列产品,在上海建立梅赛德斯-奔驰文化中心	GEELY:收购沃尔沃;品牌转型,构建“全球鹰”、“帝豪”、“英伦”三大子品牌的多品牌体系
Audi:品牌传播重点由技术转向“感性”传播,通过汇聚各行业华人精英的奥迪“英杰汇”推广品牌	BYD:坚持参加北美车展、日内瓦车展等国际知名车展,塑造电动车领先者的形象
	哈弗SUV参加达喀尔拉力赛,总成绩22名,为中国参赛车企最好成绩;借产品通过欧盟认证打出“中国造,长城车”的品牌口号

案例之“洋品牌”

雪佛兰的中国“进化论”

本报记者 杨小林 北京报道

一个全新汽车品牌从“漂洋过海”来到中国,到在这个市场站稳脚跟并且开花结果,究竟需要多长时间?雪佛兰给出的答案是五年。对于这个创立刚满一百周年,和“棒球”、“热狗”和“苹果派”一度作为美国文化象征的汽车品牌而言,五年时间只是弹指一挥。

但是,在发展迅猛的中国市场,用五年时间找到属于自己的品牌定位,这一过程并不轻松,也曾历经波折。从2005年1月雪佛兰品牌正式进军中国,到2010年10月新赛欧的上市,雪佛兰品牌五年时间走过了一个轮回。

如今,雪佛兰品牌销量已成为支撑通用在华销量的“半壁江山”,产品从入门级的赛欧到中高端的景程。而且,随着更多重量级产品的导入,已经找到“中国式生存”之道的雪佛兰品牌还有更大的图谋。



从赛欧到景程,雪佛兰希望打上中国烙印 IC/供图

去美国化

通用汽车最新公布的销量统计显示,2010年,雪佛兰品牌全球销量达426万辆,平均每7.4秒就售出一辆新车。在过去的一年中,雪佛兰的销量占全球汽车市场的5.8%,市场份额提升了0.35个百分点,是全球五大汽车品牌中唯一一个市场份额实现增长的品牌。

统计显示,去年雪佛兰品牌全球销量增长的最大动力,来自以中国为首的“金砖四国”。2010年,雪佛兰在华总销量达到54.4万辆,增幅高达63.4%。其中,科鲁兹全年销量增长103.6%,达到18.8万辆,是雪佛兰品牌当之无愧的销售冠军。

从五年前的初出茅庐,到如今的发展壮大,有人将雪佛兰品牌在中国市场的成功,归功于这个典型美国品牌的“去美国化”努力。听起来,这似乎是个悖论,因为雪佛兰品牌诞生于100年前的美国,追根溯源来说,雪佛兰是个不折不扣的美国汽车品牌。

与传统的美国车追求大排量、大空间且高油耗定位不同的是,雪佛兰品牌在进入中国市场之初,却是从小型车开始的。2005年上市的赛欧和景程,以及随后导入中国市场的LOVA乐风、SPARK乐驰和AVEO乐骋等众多国产车型,实际上都来自通用大宇旗下的技术平台。

“雪佛兰品牌旗下的那些真正原汁原味的美国车,可能并不适合国内消费者胃口,这是通用在导入雪佛兰品牌之初曾认真考虑过的问题。”有分析人士表示,这正是通用没有将真正在北美市场占据销量很大的SUV、皮卡和MPV等产品急于全面导入中国的根本原因。

而在此之前,雪佛兰“开拓者”的失利也从一个侧面证明,那些在美国本土备受推崇的个性张扬、外形粗犷的雪佛兰“大块头”产品,并不适应中国的“水土”。2002年,由金杯通用引进国产了首款雪佛兰SUV车型“开拓者”,但当年仅销售3000辆左右,一直未能打开局面。

雪佛兰“开拓者”是一款典型的美国式SUV产品,造型粗犷、内饰简洁,加上排量只提供2.4L和3.0L两种型号,市场定价没有下调的空间,因此并不适合国内消费者的“胃口”。由于迟迟无法打开销路,雪佛兰首款“试水”中国的产品“开拓者”,最终不得不停产。

扎根中国

雪佛兰“开拓者”的出师未捷,让通用对中国市场的需求有了新的认识。在“开拓者”停产后,上海通用很快重组了金杯通用,并将其纳入上海通用名下。第二年,通用宣布赛欧和景程两款全新产品上市,雪佛兰品牌开始“二次出征”中国市场。

这一次,通用汲取了“开拓者”失利的教训,没有一味地将美国式产品“照搬”到中国市场。而是利用通用收购韩国大宇的众多车型资源,巧妙地在中国等海外市场推进“多品牌经营战略”。美国人相信,同样是东方人,韩国人喜欢的产品中国消费者也应该会喜欢。

与此同时,韩国大宇车型在欧洲也换上了雪佛兰的金领结,大宇旗下有马蒂兹Matiz、卡罗斯Kalos、Lacetti、旅行家Nubira等一系列畅销车型。实践证明,这其中一些车型在中国亦深受欢迎,比如Matiz——在中国的名字为Spark,Kalos——在中国的名字为乐骋Aveo。

实践证明,通用中国的“多品牌经营战略”至少在雪佛兰品牌上是相当成功的。2005年是雪佛兰宣布正式进中国的第一年,当年雪佛兰在华销量就达到了8万辆,一举摆脱“开拓者”失利万辆和27万辆。

2010年,雪佛兰品牌在华销量突破54.4万辆,逼近别克全年销量55万辆。中国市场因此跃升为雪佛兰品牌继美国本土以外的最大海外市场。分析人士认为,雪佛兰近两年来在中国市场的爆发式增长,得益于最新技术平台的导入、本土化研发的努力和贴近中国市场的营销策略等三个关键性因素。

在2010年销量数据中,两款主打产品——科鲁兹和新赛欧几乎占据了整个雪佛兰在华销量的三分之二。科鲁兹诞生在通用最新的紧凑车型平台Delta II上,所体现的理念有别于以往。外观秉承了雪佛兰家族新一代的设计风格,加入了大量的运动元素,让雪佛兰的品牌定位也变得年轻了许多。

而新赛欧则是通用中国推进本土化战略的产物。这款售价只有5万-8万元的雪佛兰入门级车型,从头到尾、从里到外都是上海通用泛亚汽车技术中心有限公司(上汽和通用合资成立的研发中心)设计研发的。可以说,这是一款合资企业自主开发打造的全新车型。

在销量规模大幅增长的同时,雪佛兰品牌在中国的品牌形象也越来越清晰。皮卡或者SUV,而是一个年轻、时尚且充满朝气的汽车品牌,这与雪佛兰品牌在传统的美国文化中代表的符号相去甚远。

案例之高端品牌

“领跑者”奥迪的武器

本报记者 张耀东 北京报道

薄石很不服气。

身为一汽-大众奥迪销售事业部总经理,刚刚来中国工作半年的薄石就遇到了中国汽车行业最好的年景。2010年,奥迪品牌在中国销量达到了225588辆,同比增长43.5%,继续雄居中国高档车市场之首。这样,中国市场就超过德国,成为奥迪在全球的第一大市场。

但在两周前,一个竞争对手宣布在去年12月份的单月销量成为中国高档车市场第一,超过了奥迪。薄石对此颇为不快,“一个品牌的发展,一个品牌领先地位的保持,只是以单纯某个月的增长为判断标准吗?”

“奥迪在中国的领导地位在很长一段时间内不会被超越”,面对媒体时,薄石反复强调的理由是,“奥迪品牌在自身实力、产品、服务质量、发展战略等方面领先于竞争对手,而不仅仅局限在简单的销售数字上。”

而薄石在中国最重要的工作搭档,一汽奥迪销售事业部执行副总经理张晓军则将难被超越的原因归为奥迪本土化方面的深厚“功底”。他认为,奥迪在中国的成功,就是本地化的成功。

“这是竞争对手难以复制的。”张晓军说。

本地化优势

在德国大众集团内部,一直有中国是奥迪第二故乡的说法。但是最近一个时期,这个“第二故乡”感受到了更多不同的待遇。

奥迪在中国市场提前5年实现年产销超过20万辆的目标,这让奥迪总部倍感欣喜。以至奥迪董事会主席施泰德言必称中国,在评价奔驰、宝马两大竞争对手的口气时,也强硬了许多。因此,在公司高层,加大在中国市场的投入早已形成了共识。

于是,当中方合作伙伴一汽集团提出加大本土化力度,“全价值链本土化”的理念时,德方并没有太多异议,但要求增加一个前提,那就是要坚持“奥迪全球统一标准”。

在本土化研发上,国产奥迪二次研发的知识产权将归属于一汽-大众。事实上,奥迪热销是与本地化二次开发分不开的。以加长为例,尽管曾在业内引发争议,但事实证明此举还是得到了消费者的认可。去年,加长之后的奥迪A4销量55686辆,接近两个最主要竞争对手销量之和,且价格坚挺;而加长的A6L则在细分市场中占有46%的份额,销量超过11万辆。目前,加长手法已经被奔驰、宝马两大竞争对手所效仿。

事实上,奥迪在中国的突出业绩也基本是由国产车创造的。2010年,奥迪在华总销量的86%是国产车,销量为194920辆,比奔驰、宝马国产车数量总和还要超出9万多辆。

在薄石、张晓军负责的本土化营销方面,目前,由179家经销商组成了覆盖97个城市、中国规模最大、覆盖面最广的高档车经销商网络。而在品牌塑造上,奥迪也在中国加强了情感元素,通过“奥迪艺术与设计大奖”、“夏季音乐周”、“英杰汇”等形式增强品牌的人性化。用奥迪品牌公关总监卢敏捷的话讲,叫做“感性沟通”。这是奥迪品牌本土化的一部分,用来弥补以往过于理性的品牌短板。

薄石认为,奥迪的目标是要在整个体系上领先对手,例如经销商网络建设,其目标是要发展500家经销商,遍布全国,重点布局二、三线城市。

领跑者的压力

虽然拥有约40%的高档车市场份额,奥迪也感受到来自竞争对手的压力。特别是奔驰、宝马这两个德国“老乡”,也纷纷加大在中国市场的投入,销量增长飞速。2010年,中国高档车市场销量共达到67.6万辆,同比增长69%。但因受制于产能,奥迪增速落后于行业大势。

这让奥迪不得不采取对策。一方面加速本土化生产速度,以缓解Q5等热销车的排队等车现象;另一方面加大进口车的力度。今年,将会有全新奥迪A8、A7、A1等进口车型导入,以丰富奥迪的产品矩阵。

而在国产车方面,今年的重头戏是全新改款的新一代奥迪A6。目前,这款车已经在北美车展上亮相。“国产新一代奥迪A6与北美车展上的不同,它会加长并采用一些高科技的装备。”张晓军说。

对于未来奥迪的发展,张晓军很有信心。他表示,在2011年到2013年的三年里,奥迪一定会在中国实现累计销售100万辆的目标,并且一直会以高档车领军者的姿态进行市场定位。

访谈

经济观察报: 对于今后中国高档车市场的发展,你如何看?

张晓军: 中国高档车市场仅占整个车市的6%-7%,与欧洲等成熟市场20%-30%比例相比差距还很大,与国际平均的10%-15%也还差很多。未来,我们认为仍然还有10-15年的发展势头。如果没有特殊情况,未来豪华车市场增速至少还应该超过整体市场的平均增速。

经济观察报: 去年奥迪做了很多感性传播,这是否会是奥迪的一个品牌方向呢?

张晓军: 以往奥迪品牌在技术传播上做得比较好,感性传播比较弱。去年我们开始意识到了,而且也做了大量的工作,今年会继续这样做。我们要把奥迪品牌从“最具价值的高档车品牌”打造成为“最具进取魅力的高档汽车品牌”。

经济观察报: 去年中国高档车市场发生了很大的变化,奥迪是否会一直当“老大”?

薄石: 奥迪会一直以高档车市场领先者的身份定位。奥迪的领先不仅仅是我们领先来到中国,还体现在我们的科技、产品、网络建设、社会责任贡献等多方面在中国是做得最好的。相信通过我们不断的努力和建设,会继续完善在市场上的领先。

案例之本土品牌

奔腾:“土”品牌的情感牌

本报记者 张耀东 北京报道

就在“洋品牌”纷纷寻找中国化元素时,自主品牌也加速了“情感路线”的步伐。上周,一则名为“让爱回家”的公益广告在央视开始播出,这是一则很中国式的广告。大致内容是,一个因工作原因三年未曾回家的游子,在开车返乡的途中再次因为工作推迟了回家的时间,而此时家中的父母仍望眼欲穿。广告的主题语是,“别让父母的爱,成为永远的等待”。这在春节即将来临的大背景下,无疑可以引起很多人的共鸣。不到一周内,这则广告在几大视频网站上的总点击数超过120万人次。

策划这则广告的是一汽奔腾。他们希望通过这种方式来触动消费者内心中最为柔软的部分。片中那个游子,实际上就是城市中打拼的众多年轻人之一,基本符合奔腾的定位。

在这则个案背后,有一个颇为值得关注的话题,那就是自主品牌究竟该如何进行品牌营销?该如何与洋品牌有所同,有所不同。

目前,中国的自主品牌大致有三种营销形式。一种是,“洋务运动”,无论在广告篇还是销售话术中,都尽量“洋派”,强调产品的技术来源、品质保证、供应商体系等等都是“舶来品”。这种做法的好处是借力打力,可让那些喜欢“洋品牌”的消费者能够接受;问题是不接“地气”,运作不好会陷入“不中不洋”的尴尬境地。

二是,“爱国风潮”,特别是在企业传播层面,处处高举爱国主义大旗,强调产业报国,车展的展车都要盖上一面中国国旗。这种作法的好处是可以迅速的博得公众的关注和支持;劣势是难以将消费者对民族企业的支持,转化为品牌好感以及实际的购买行为。

三是,务实路线。不过多地渲染品牌,而是把广告宣传的重点放在产品卖点本身上,希望通过一款款车型来带动品牌。长城汽车等中小型汽车企业,多采用此类做法。问题是缺乏品牌高度,难以让消费者和业界对企业、对品牌有清晰的认识。

其实,对于自主品牌来说,已经从单纯的产品竞争发展到品牌、体系等全方面的竞争阶段。这时,民族车企们需要认真考虑那些仅仅诞生五六年的自主品牌的长远规划,包括理性诉求和感性诉求。这一过程中,情感营销也许是一个不错的尝试,它可以以一种亲切的方式,来弥补品牌在技术传承等方面的不足。

自主品牌,首先应该是中国的,然后才是世界的。其目标人群大多是那些土生土长的中国人,就应该多采用一些易于让这些消费者接受的宣传形式。

产品技术

第二辆:实用型个性车

本报记者 刘晓林 北京报道

2011 年买一辆什么车?这似乎不像前几年那么难回答了。既然热销车又贵又难买,那么不如转向其他更为个性的车型。目前得到的信息显示,2011 年,国内推出的新车将更加多样化,车企借新车细化潜力市场的趋势也将得到继续。这都将给消费者带来更为丰富的选择。

在 2011 年的新车中,由第二辆车带来的消费观念升级和政策变化引起的消费转向趋势都将更为清晰。在个性化的总原则下,实用性及小型化都将成为多元化消费中明显的一极,如广丰逸致、马自达 5 等。

此外,经过 2010 年的炒作与批判,新能源汽车也将在 2011 年进入更为务实的推广阶段,公交领域最有可能成为新能源车产业化的突破口,但要被私人消费者接受,汽车厂商还需拿出更好的技术与产品。



广汽丰田逸致等多款实用型个性化车开始试水 本报资料室

第二辆车:实用的个性车

个性化与实用性,这两种看似矛盾的选车标准将在 2011 年实现统一。来自多家汽车网站和调查机构的统计显示,2011 年,国人将实用和个性化作为购车的两大主要标准。分析人士指出,这种由第二辆车消费带动的新的消费特征将更加明显。

在经历了选择或紧凑型或中级轿车的第一辆车消费之后,国内汽车消费将开始强调实用性。这种实用性与第一辆车的实用性标准不同。更多的将顾及购车者个人的个性化喜好,或者是整个家庭的外出需求。

市场人士指出,这将至少催生出两种消费趋向。一是个性化车型将受到认同。主要是进口车领域。这一点在 2010 年的高端小众车型获得热销的现象中已经得到印证。2011 年,包括大众、福特以及斯巴鲁、三菱、铃木等在内的进口车商都将引入更多的个性化进口车型。

具体到车型,SUV 将继续成为 2011 年的主力新车。其中,已知的自主品牌的 SUV 就将多达十几款。合资车企的热销 SUV 也将继续随海外市场推出新的改版。

统计显示,过去三年中,国内消费者对 SUV 车型的关注度逐年大幅度上升。2010 年,SUV 市场的增长率达到了 83%,成为乘用车中增速最高的细分市场。业内专家分析指出,这轮增长还将持续 2 至 3 年时间。

另一个值得关注的车型就是 MPV。全家外出需求的考虑将是选择 MPV 的主要动因。同时,厂家对于 MPV 市场的刻意培育也将起到带动作用,除了 2010 年底扎堆上市的五六款定位各不相同的 MPV 外,2011 年,包括自主品牌在内的多款适合家用的 MPV 将展开激烈的竞争。

与此同时,更多界定模糊的跨界车将继续流行,特别是在 80 后为主导的年轻消费群体中,传统的"一刀切"的车型分类概念将开始被个性化的细分车型所取代。此外,国内一二线城市限行政策的逐渐普及也将在一定程度上改变消费者的选择方向。这些都将使保证个性化前提下的实用车型获得青睐。

"小"车当道

在国人对高档车的"加长"热情持续升温的同时,在国家产业政策的拉动下,"小"车也获得了前所未有的发展机遇。虽然购置税政策已经结束,但无论从排量,还是车身方面来说,价格更低、设计更紧凑、工艺更精细的个性"小"车都将在今年获得更多订单。

国产车方面,在 2010 年并没有推出太多新品的紧凑型车市场将在 2011 年扩容,包括大众 NCS、新马自达 3、新日产骐达等多款换代新车都将给国产车市场带来新的亮点。

与国产车相比,更加前卫个性的进口 A 级车市场将在 2011 年迎来激烈的竞争。在拿到 2010 年 Smart 的成绩单时,奔驰已经宣布将在 2011 年 A 级车市场作为战略市场,2010 年底上市的入门级奔驰 A 级车与奥迪 A1 和宝马 1 系共同带动国人对进口小车的消费热情。

如果将概念再放大点,相对低端的进口车也将为这一趋势推波助澜。典型的代表是雷克萨斯,2010 年,ES 系列低排量进口车型的引入拉动雷克萨斯迅速走出了 2009 年的阴霾,2011 年,这一排量走低的进口趋势将得以延续。

与此同时,更加先进的技术也将助力车辆小型化的趋势。除了大众 1.4T 的"小钢炮"发动机将更加广泛的装进旗下车型的心脏中,在新能源仍处于"磨刀"阶段的 2011 年,各厂家在传统动力上的竞争也将继续升级。

新能源车能否"上道"

2010 年可谓我国新能源汽车产业化的开局之年,因为诸多针对新能源汽车消费的补贴政策相继出台,针对基础配套的充电站、快速充电设施在很多城市也已开始。

但是,普通消费者对于新能源汽车消费的热情并未因此被点燃,新能源汽车的销量依旧惨淡如往昔。之前,汽车厂家还可以用补贴政策不到位、基础配套设施不完善等借口做挡箭牌,在这些方面都启动后,主动、被动地卷入新能源汽车宣传大战的汽车厂家不得不开始正视新能源汽车产业化最关键、最核心的问题:技术与产品成熟度,这也是一个在之前不断推高的新能源汽车热潮中被有意无意忽略的问题。

新能源汽车的核心技术,主要是电池、电机、电控系统三大方面。这三个领域技术的成熟度,直接决定着新能源汽车的产业步伐。虽然之前有太多关于我国发展新能源汽车弯道超车的乐观描绘,还是有清醒的业内人士认为,在关键技术上我们与国际水平依然有差距,产业化还有很长的路要走。

比如在去年年底的国内首次举办的世界电动车大会上,对于我国电动车技术的质疑、批判声音也公开浮出水面,即便是推动电动车发展最为热心的专家,也提醒大家正视我们的技术"弱势":电池技术方面,最先进的技术在美国实验室,日韩企业的产业做得最成熟。电机与电控系统方面,先进的技术与有实力的企业几乎全在国外,国内产业基础薄弱,技术攻关也是最近几年才开始。

对于国内新能源汽车何时能"上道"的问题,目前业内比较共识的看法是,公交领域、小型低速电动车最有可能突破。真正走入普通消费者家庭,还需要加入新能源汽车大潮的各方企业在关键技术上继续努力,"革命"远未成功。

产品案例

MPV 元年:争切"小蛋糕"

本报记者 刘晓林 北京报道

MPV,即多功能乘用车,这个细分汽车市场在中国从来都不是关注焦点。但在 2010 年底,广丰逸致、一汽马自达 8 等 6 款主流车企品牌的 MPV 集中推出,瞬间便点燃了业界对这个市场的关注热度。

从空间上的比拼,到提出新的细分概念,MPV 在中国走上了一个细分市场开始火热前都必然经历的前奏,而这种熟悉的情形在几年前的 SUV 市场也曾出现过。毫无疑问,2010 年之前 MPV 市场稳固的格局和消费习惯都将在 2011 年被改写。

改写格局

"MPV 元年"的概念并非第一次出现,2004 年,这一说法就曾盛行。当时的"MPV 热"显示出第一股浪潮的特点,即 MPV 开始成为国内商务用车的首选,购买 MPV 的中坚力量是政府及企事业单位,而 MPV 抢占的则是轻型客车高端产品的市场份额。大背景是中国经济的高速增长带动了对商务用车的消费需求。这次"MPV 元年"的提法最终被认为用"MPV 起步年"更合适。

在之后的 6 年中,国内的 MPV 一直以一种不疾不徐的态势发展,产品格局、销量座次和市场份额对稳定。截至去年 1 到 9 月,占据销量排名前五位的 MPV 仍依次是瑞风、别克 GL8、奥德赛、途安和风行,且这五个品牌占 MPV 销售总量的份额达到 62%。此外,与乘用车逆市增长不同,受金融危机对商务消费的影响,国内的 MPV 市场从 2009 年开始陷入萎靡状态,直到去年第三季度才迎来销量从同比下跌转为同比增长的拐点。

正因为此,当包括马自达 8、新 GL8、逸致等多款重量级 MPV 新车在几个月内鱼贯进入市场时,带来的强烈信号已是路人皆知:真正的 MPV 元年要来了。

更重要的是,这些面貌一新的 MPV 在面貌一新的市场消费观念下出现,其带来的结果必然就是一场消费革命。

以一汽马自达的马自达 8 下线与通用 GL8 上市隔天举行为发端,MPV 格局的洗牌在 2010 年底正式上演。2010 年 12 月,上海大众新途安正式上市,两天后,广汽丰田发布了其在中国投产的首款 MPV——逸致,作为广汽丰田的第四款国产新车,逸致的上市被认为是丰田在中国恢复"斗志"的象征。紧接着,2011 年初,一汽马自达又快速推出原装进口的新一代马自达 5。

此外,在进口市场中,去年底上市的现代 H-1 辉翼以及今年有望上市的大众夏朗为主的高端 MPV,也将加入市场份额的重新瓜分。

分析指出,与用户群体庞大的轿车市场不同,MPV 本身市场容量就有限,多款新车的加入必将使原本就不大的蛋糕越分越小。MPV 市场的竞争将在 2011 年多款 MPV 的推波助澜下不断升级。

FUV 概念之争

2010 年底,扎堆上市的 MPV 上演了一场"概念秀"。"FUV 时尚多功能车"、"无极第二排"、"最美 MPV"等概念腾空而出。让人意外三排座的"大车"竟然有这么丰富的"内涵"。

这些概念的背后是开拓更广阔市场的欲望。

业内的一致观点认为,2011 年之所以被称为"MPV 元年",除了产品的空前丰富外,目标市场从商务车扩大至家庭用车则是最大的意义所在。

> 从空间上的比拼,到提出新的细分概念,MPV 在中国走上了一个细分市场开始火热前都必然经历的前奏

这一点在广汽丰田逸致的定位表现最为明显。"逸致是国内首款按中高级轿车标准打造的多功能车——集合轿车、SUV 和 MPV 三种车型特征",在广汽丰田高层看来,以"FUV 时尚多功能车"为理念设计的逸致拥有时尚动感的外观以及一系列人性化配置,早已超越了传统 MPV 的定义。而且,该车是针对中国市场的第三代消费特征即"多元化消费需求"而开发的。因此,FUV (Fashionable Utility Vehicle)逸致进军的将是一片尚未被开垦的处女地。

根据计划,逸致将于 2011 年中期上市,新车定位就是"国内首款时尚多功能车",主打家庭 MPV 市场。而作为广汽丰田又一款开拓新细分市场的重磅车,逸致肩负着延续汉兰达成功之路的重望。

2011 年,将有更多的 MPV 将目标锁定在家庭用车市场。其中,上海大众新途安在家用车市场的地位已经有稳固的基础;同时,一汽马自达推出的新款进口马自达 5 也是对"家庭第二辆车"需求的迎合,并已经打出了"孝心"牌。

事实上,MPV 的家庭化早在近两年就已露出端倪。不仅是中低端 MPV,甚至作为中高端 MPV 商务车三足之一的奥德赛也表示来自家庭用户的订单明显增长。而来自中国汽车协会的分析显示,2009 年上半年推出的 6 款 MPV 车型已经开始有意识地将家庭用户作为主要消费人群。而"大部分 MPV 产品过于强调商务而忽略了消费者的家用需求",也被认为是导致 MPV 市场在 2009 年全年及 2010 年上半年跌入低谷的主要原因。

分析指出,在更多的 MPV 产品中,对于商用与家用的界限已经开始不那么清晰,2011 年,"宜商宜家"将成为大趋势。这也预示着,打出眼花缭乱的概念的 MPV 市场今年将催生一场精彩的营销大戏。

这场大戏在 2010 年末就已上演。针锋相对的马自达 8 和 GL8 分别提出了"无极第二排"和针对第三排空间的"豪华公务舱"概念。虽然价位错开,但在商务车市场的正面交锋不可避免。与 GL8 的淡定不同,作为新加入者,马自达 8 展开了全方位的营销,一汽马自达销售公司副总经理于洪江甚至通过微博来推销"好吃不如饺子,舒服不如倒着"的"第二排"的概念。

另一方面,为了获得家庭用户的青睐,一贯中规中矩的 MPV 也开始打"外形牌",逸致主推来自丰田的"时尚"外观设计,而马自达 5 则将马自达家族的"流"造型理念充分展现,被冠以"最美 MPV"的称号。

业内观点指出,继 SUV 细分市场的持续火热后,MPV 也将在中国迎来真正意义上的爆发。更多新产品的加入意味着竞争的充分和市场的成熟,也意味着车企在 MPV 的开发和推广上将投入更多的资源,而车市将迎来一个新的增长点。

星期三会客室

"星期三会客室"栏目是由《经济观察报》、搜狐汽车和北京交通广播联合制作,每周聚焦行业热点话题,各方嘉宾畅所欲言。每星期三上午 10:00-11:00,在北京交通广播(FM103.9)《汽车天下》节目中直播,同时,搜狐汽车(auto.sohu.com)进行视频和文字直播。

嘉　宾:《经济观察报》汽车专刊主编 张耀东
主持人:汽车天下主持 梁洪



梁洪

北京市首次摇号购车

1 月 26 日,北京市首轮购车摇号在北京市交通委发布会大厅举行。摇号全程通过电视和网络平台直播,约持续 20 分钟。本轮摇号放出 17600 个名额,共有 187420 人参加,中标率约为 10.6 比 1。

主持人:今天对于所有想在 2011 年购买一部新车的北京市民是难忘的一天,此时此刻北京市小客车指标摇号工作正在进行当中,我们先来看一下现场情况。摇号工作刚刚已经开始了,第一步从申请人代表、市人大代表、市政协委员当中抽签选定六个人具体参加摇号工作,负责分别抽取一位数字生成种子数,如果上述人数不足六人在现场工作人员当中随机补充。

主持人:大家都想知道整个摇号规则、流程是不是科学、严谨,我们来听听嘉宾的意见。

张耀东:从北京市交通委的介绍来看,这次是由国内顶级专家设计采取多重随机的方式,暗箱操作的可能性几乎为零。

前一段时间大家一直关心这次都是哪些人会参与现场摇号,最终我们看到有人大代表,也有政协委员还有随机抽取的车主代表。另外这轮摇号一直让媒体全程参与,包括直播摇号过程,这样的透明程度还可以。

相信北京市有关部门还是做了一番精心准备的,尽量做到公平、透明。

问题是这是第一次,媒体、人大代表、政协委员、消费者关注度很高,但北京这个政策恐怕要执行很久,进行了 20 次后社会公众有没有这么高的热情,能否保持摇号过程公正、透明的一贯性,这是值得关注的问题。

主持人:这次参加抽取的人数之高达到 21 万多,中签几率比较低。现在很多人在讨论购车摇号的门槛是否再高一些,因为很多人都是一家有一个人想买车,七大姑八大姨全都先登个记,好增加中签几率。这个问题怎么看?

张耀东:我听到的情况也是很多人全家上阵,只要符合摇号条件都报名,这个很难规避。随着摇号购车的深入,可能有一些之前没有预计到的问题会出现。我想摇号规则也会在实施一段时间后适时调整一下形势发展。现在中签率是 10.6:1,按照这个趋势发展下去的话,中签率越来越低,如果持续几年累积到一个非常小的中签率的话,这个规则可能要重新调整。

另外还有一个二手车的问题,北京市二手车允许带牌购买的 1.2 万辆,节前备份的新车有 4.99 万辆可以销售,这 6 万多辆车里面很多人会参与摇号,也会有人中签。如果这部分人选择购买带牌二手车,那他们手中的签就会变成废签。一年 24 万辆不是很高,又有很多废签率,这对于想买车的人不是一个好消息。

主持人:此刻我想广大听众朋友的心里也是百感交集,特别是准备买车的朋友,我们来看一下短信平台上大家的观点。

(手机尾号)2329:一边工作一边偷偷看网上的直播,心里百爪挠心,我们家就是三口人都登记了,不知道能不能幸运抽中。

(手机尾号)3329:看到了现场直播,觉得整个过程怎么那么让人紧张,每个人脸上表情那么严峻,搞得我手心都出汗了。

主持人:对于摇号买车,北京车市的第一反馈会怎么样?

张耀东:我觉得应该是比较平稳的,限购汽车的政策已经出台一个多月了,无论是汽车厂商、经销商还是消费者,已经能够以很平静的心态来接受。总体来看,2011 年北京车市不会像之前预计的那么悲观,因为除去 24 万新车购买指标,还有很大一批换购车,这批人不需要摇号。我看到最近比较多的报道数字是 50 万以上,两项加起来跟 2008 年到 2009 年北京市的上牌数差不多的。

主持人:长远来看对于二手车市场会有很大的冲击吧。我们关注到这样一条新闻,北京有一些经销店已经关门歇业了,有一些品牌比较弱的 4S 店也做好了要退出北京市的准备,还有一些正在新建当中的 4S 店现在也处在停工状态。

张耀东:现在一些整车企业对经销商进行补贴,补贴鼓励收旧车,搭建渠道把这些二手车卖到外地。另外之前汽车厂家不允许把新车卖到外地,现在我听到很多厂家都在放松这个政策,这样经销商能保持合理的利润。就我个人判断来讲,今年绝大多数经销商是没有问题的,因为 2010 年接了很多的订单。有问题的是一些新建店,还有入门级车的经销商,这些店的经营压力会越来越大。

主持人:对于北京消费者来讲呢?

张耀东:对北京的消费者来说是喜忧参半的事情,忧的是得到购车牌照越来越难,喜的是一旦有了牌照,大量经销商更愿意把车卖给你,更加珍惜这个买车人的数量。

主持人:我看到短信平台和网络上大家都在关注 2011 年的车价走势。

张耀东:从大势来讲车价会越来越往下走,去年加价行为本身是非理性的。但去年还有相当一部分订单需要消化。北京现在完成备案的新车还有 4.9 万辆,另外还有一些二手车在经销商手里不参加摇号,他们也要采取加价或者更高的利润来卖这些车,今年一季度经销商还会有很高的利润空间消化去年的订单。

顺利的话,从今年二季度车价调整就会开始。各汽车企业对北京大区的销售政策,应该二三月份开始逐步明确。 (实习记者 陈晓伟 整理)

北京"两会"为汽车社会献策

嘉　宾:新华社资深记者 张毅
《京华时报》汽车周刊记者 关囡
主持人:汽车天下主持 梁洪

北京"两会"日前开幕,限制购车、鼓励绿色出行、大力发展公交等方面的话题成为今年北京"两会"的焦点。与会代表们希望政府的交通治堵措施能够做到多元化梳理、科学化疏导。

主持人:媒体近期关注的焦点是北京市的"两会",两位能否谈谈最为关注的提案?

张毅:我对一点特别感兴趣,关于解决停车难的问题,"两会"代表提了很多办法,比如说在空地上挖地下停车场,表面照样可以种草、种树。

主持人:在今年北京"两会"代表的议案中有关治理城市交通拥堵的非常多,可见大家都已经把它放到了相当重要的位置上。

关囡:1300 个中 200 个都是关于治堵的。

主持人:不少代表提出的推广自行车的建议,也很受社会关注,现在在新建的地铁线路周边已经开始规划自行车租赁点。这个问题你们怎么看?

关囡:自行车发展不起来也是有原因的,一是北京面积太大,布局很复杂。杭州围绕西湖的自行车租赁发展得好,因为它的区域小,还车、借车都很方便。北京城区太大,管理起来是非常复杂的事情。二是城市规划的问题,自行车道被公交车道抢占。

张毅:推广自行车租赁,首先要给自行车路权,现在很多自行车的道都被车占满了,挤得自行车没办法走。现在在北京骑自行车是一件非常危险的事情,没有地方可走。

主持人:有人提出这样的观点,北京治理拥堵能不能采用更科学的方法。比如说把北京汽车的排放提高到更苛刻的水平,和国际接轨?

张毅:现在主要是数量的问题。再怎么疏导,道路的建设速度也跟不上汽车增长的速度。

关囡:治堵是一个综合的治理工程,光限购不能完全解决治堵的问题,但是限购一定是最快速解决的一个方法。

蓝筹地产 Property

编辑:吕尚春 E-mail:bu728@263.net　美编:撒文静　2011.1.31

专题

"限世代"之
七种武器



只要限制存在,就必然会有突破限制的办法,就像风靡一时的 ipad 平板电脑,软件配置必须选择苹果商店,"越狱"便成为当下最时髦的名词,"越狱者"在突破 ipad 电脑限制之后,可以获得廉价购买所有苹果软件的机会。

房地产"限购令",正在制造无数"越狱者"。不同的购房者选择了不同的方式,权且称之为"限世代"的突围武器。

在居住地购买房产,把小房子卖掉,清空住房记录,以换购大房子,是当下最常见的"越狱"方式,所以新房还是"日光"就不难理解了。

另一种选择是去购买处于商业与居住之间的"SOHO",你说我是居住,我是在办公,你说我是办公,其实我是在居住。

跨越地理限制,选择居住地之外的三、四线城市,是最草根的"越狱"办法,便宜的海景房、便宜的郊区别墅,房是买了,一年住几天不知道,能不能租出去不知道！晚上,月朗星稀,人烟寂寥,是多数海景房的真实面貌。

伴随着想象力的飞跃,有心者发现,去日本买地、买房的价格是底中之底,房价已经持续跌了 20 年的东京,本地人无心把财富变成房产。

"越狱"时髦,但越狱同样面临着未知的风险,殊不知诸多或黑或白的 ipad,因"越狱"导致发烫、崩溃。在限制一项商业行为的同时,会激发形形色色的另类选择,但是显而易见的是,通常被限制者是优质资源,则无限制边界的通常与缺陷相伴,而这些问题又会被漂亮诱人的包装掩饰。在这个专题报道中,我们列举了 7 种不动产类型,并就其资产优劣予以解析,期望对关心房地产资产状况的读者有所助益。

>>38 买写字楼去　酒店式公寓:机会来了
商铺"售后包租":危险的游戏
>>39 东京买房？自己衡量！　游击工业地产
>>40 谁选择了别墅　近观海景房



买写字楼去



写字楼

能量系数

首付不低于5成，贷款利率为基准利率1.1倍，贷款期限一般不超过10年,出租理想的话,租金可以覆盖月供

同一区域写字楼价格明显低于住宅价格，价格上涨可期

安全系数

写字楼的出售周期较住宅要长,变现能力较弱

一旦出租不力，持有费用远高于住宅，因此地段和物业管理成为重要投资参考指标

投资者说:

不能选择物业管理费太低的楼，物业做得好才能维护好楼的品质,采用中央空调、集中供热的楼，物业成本不会低于12元/平方米/月,物业费应该到15元/平方米/月。

本报记者 胡芳洁 北京报道

2010年以来,写字楼市场入驻率、租金水平不断上涨的态势非常明显。一些投资者正在发现其中的投资机会。

异军突起

2011年1月下旬,卓先生购买的一套写字楼终于完成了过户手续。

谈起这笔投资，卓先生很满意，在他看来,写字楼投资是一个一直被忽略的市场,它的收益并不低。

“此前,住宅投资比写字楼强在于金融杠杆的差别。写字楼贷款最低五成,而住宅只有两成。政府宏观调控正在使住宅的信贷回归合理的关系中,住宅的涨幅会放缓,写字楼的价值是相对理性的,并且与住宅之间的价格差距正在慢慢缩小。”卓先生表示,目前写字楼价格普遍低于同地段住宅的价格,正是投资的机会。

卓先生的这次投资,显然是精打细算后的结果。

这套写字楼位于建威大厦,位置在北京西二环南礼士路,临近金融街商圈,属于甲级写字楼。该套房面积182平方米，卓先生是从一个小业主的手中购得,单价2.5万元/平方米。

这位小业主在1997年买下了这套写字楼，当时售价以美元计价,约3000美元/平方米,折合成人民币也是2.5万元左右/平方米。当时,这位小业主挣了一些外汇,就用这些钱,买了这套写字楼,持有了十几年,一直用于出租，直到近来由于其公司的股权结构发生变化,才想将这套房屋出售变现。

小业主将这套房卖给卓先生,作价2.5万元/平方米,略低于市场价,总价455万元。由于购买写字楼首付不低于五成，贷款利率为基准利率1.1倍,贷款期限不超过10年。卓先生首付了255万,按揭贷款200万,期限10年。

卓先生算了这样一笔账,200万的贷款,每个月需还款2.3万元,目前该写字楼的租金为7元/平方米/天，租金收入为3.8万元/月。靠租金收入足以偿还银行贷款,还有富余。每年的租金收益率达到10.22%。

仅仅依靠租金收益实现每年10.22%的收益率，这是一个很好的成绩。相比而言,住宅价格的高挂,使得住宅租金回报率一直处于较低水平。据我爱我家统计的数据,2010年初,北京、天津、上海等城市,住宅租金的年投资回报率只有2.3%—2.5%。住宅的投资回报,主要体现在房价上涨上。

10.22%的租金回报率,并不是卓先生最为看重的。他还有一个重要的预期,那就是写字楼价格的上涨。

“我打算持有三年,三年后再出售。”卓先生说,预计三年后,这套写字楼的售价能够达到4万元/平方米左右。

假设三年后以4万元/平方米价格售出,卓先生又根据目前条件下这套写字楼房产每个月现金的流入、流出,进行了一个详细的计算,包括前期购入成本255万元的首付、20万元的税款和中介费,三年间需要归还的银行贷款和得到的租金收入等,最后计算得出一个财务指标即内部收益率,为29.72%,接近30%。

“从财务的角度,这意味着预期每年投入100块钱的成本,能得到约30块钱的回报。”卓先生说。

> 卓先生认为，目前写字楼价格普遍低于同地段住宅的价格，正是投资的机会

当然,这是在一个理想前提下的预期,并没有考虑利率的调整、空置率、税收以及房价最终的变化,不过已经大体反映了这套写字楼的投资回报情况。

21世纪不动产北京中天大业总经理邓中文表示,有投资价值的写字楼,租金回报率应在6%以上。上述卓先生购买的写字楼,明显超过这一数据。

而卓先生对这套写字楼未来三年价格的上涨,也并不只是一种一厢情愿的想象。另一位写字楼投资者的故事,也许能够更好地说明写字楼价格正在发生的变化。

2006年，投资人许先生购买了位于北京中关村区域天创科技大厦的一套写字楼,230多平方米。“当时买的价格是1.3万元/平方米,直到2009年,也才到1.6万元/平方米。”许先生说,当时认为写字楼投资收益高,但是最后发现这个想法错了,尽管有租金收益,但问题是写字楼买了以后房价不涨。

不过，许先生很快就发现了变化。目前,许先生天创科技大厦的这套写字楼，报价2.8万元/平方米,已经有人愿意接手。

“2009年之前价格基本上没有动,2009年以后，写字楼价格开始逐步上升。”许先生说。

2005年，许先生还购买了中关村区域一套韦伯时代中心的写字楼。他也同样发现了价格的明显变化。2005年许先生购买的写字楼价格是1万元/平方米，当时同一项目的住宅产品韦伯豪家园的售价才7000元/平方米。“2009年，韦伯豪家园已经涨到3万元/平方米左右，韦伯时代中心售价也只有约1.5万元/平方米。”许先生说。到了现在，写字楼价格已经出现奋起直追的势头，目前韦伯时代中心的售价已经达到约2.5万元/平方米，韦伯豪家园约3.5万元/平方米。最近一年左右,写字楼涨幅明显超过了住宅。

问题

写字楼市场发生的变化,与供求市场的反转存在联系。

21世纪不动产北京中天大业在2010年北京写字楼市场回顾的报告中表示:“从年中开始,市场需求的增长幅度出乎所有人预料,市场空置快速去化，而新增供应则增长缓慢,仅仅大半年的时间,市场需求就从供过于求的局面彻底扭转。”

在这一背景下,北京写字楼市场以前所未有的速度发展。根据北京中天大业的数据,2010年第四季度,北京甲级写字楼加权平均租金219.75元/平方米/月,同比上涨16.1%;加权入住率95.43%,同比上涨4.27%。

近年来,也发生了多例写字楼整体收购,体现了投资者对写字楼价值的判断,如万科收购赢嘉中心、丰树基金收购佳程广场、瑞安建业收购上海21世纪中心大厦等，整体收购涉及金额动辄十几亿元、几十亿元,除了整体收购的豪门盛宴外,另一可行的写字楼投资途径,就是上述散售的写字楼产品。

但是这一投资方式,依然面临诸多问题。

其中房源缺乏是一个重要方面。目前,除了少数新建写字楼产品采取散售外，如SOHO中国系列的产品,大部分都由开发商统一业权、持有运营,或者整体转让,而且散售的新建写字楼存在售价过高、透支未来增值空间的情况,稳定的租金收益,短期内更是难以保障。 下转40版

酒店式公寓:机会来了



酒店式公寓

能量系数

首付五成以上，贷款利率为基准利率1.1倍以上，期限一般不超过10年,不受二套、三套等限购令影响

不受房产税影响

安全系数

产权年限为40年或50年,水、电、煤气、宽带等公共配套成本按商业用途算,成本较高

转手时征差额所得税,转手的税费较高

本报记者 陈哲 上海报道

房产税出台的传言一天比一天盛,潘豆豆却暗自窃喜,因为她在上海买的是商改住,而不是那个被调控的对象——住宅。

2010年5月,关于房产税的消息不断传出,从年初开始的交易热潮一下子冷却下来。开发商两极分化,二手房中介纷纷关门。不过,投资者潘豆豆却认为这是进场的好时机。

做好“战略”判断后,潘豆豆开始选择具体的产品。此前,她有过成功投资住宅的经验,手上有一套自住、一套投资的房产，作为一位80后白领,潘豆豆在房产市场上算不上资深专家,可以接受的总价并不太高，所以排除掉豪宅、别墅、写字楼等物业类型。

因为第三套房基本停贷,在一位顾问的推荐下,仍有置业需求的潘豆豆把目光放在首付比例一律50%的酒店式公寓上。

根据这位置业顾问的观察,自从2010年4月国家针对住宅市场的调控开启后,较大比例的投资性买家考虑到普通住宅的贷款政策限制,把投资领域扩展到酒店式公寓产品。

说到相关的房产政策,潘豆豆的顾问总是给他灌输,“你得注意到政策一直强调‘调控’,并没有‘打压’,并且从投资空间来看,酒店式公寓的再销售机会高。”

置业顾问向潘豆豆提供了一组数据:普通住宅的购买人群多为45—60岁，或为子女购房或为改善性购买,总而言之自住目的强,入住后换手率低;而酒店式公寓的购买人群年轻,多为30—40岁,投资性买入比例高(约有60%),换手频率高,换言之,在二级市场“容易炒热”。

除此之外,中低档写字楼售价与同地段同档次住宅差价又超过三分之一，这使得开发商有意愿将此类土地建成类住宅功能的酒店式公寓,供应占比较大。不过,潘豆豆还听说,由于其并不是传统的房产,市场接受程度有限，开发商和中介公司的营销，也是推动酒店式公寓热的主要原因。

最终,潘豆豆相中了位于上海市嘉定区汽车城底特律财富天地的房子。这个位于郊环的24层项目,在一条新地铁线的末端，主力房型是60平方米。由于户型面积小,总价也不会太高,能够满足初步置业者资金不足过渡使用、或者像潘豆豆这种中小投资者中短线投资的需求。

潘豆豆为此咨询了一些专家的意见,专家建议她在购买此类房产的过程中注意两个问题:一个是土地性质,商业用地和住宅用地建成后产生的差别在于水、电、煤气、宽带等公共配套的成本按商业用途算,使用成本较高;转手时,对写字楼征差额所得税,转手的税费也会比住宅高。

另一个是功能问题,很多写字楼产权的酒店式公寓被建成了小户型,一层多户甚至十几、几十户,影响了通风、采光,公共部位也会相对拥挤,通风、采光影响更大。

对于第一个问题,潘豆豆认为不存在太大的障碍,虽然底特律财富天地不通煤气,水费是3.5元/吨,电费平均1元/度,比较贵,但是“我平时在家的时间也不太多,所以对后期成本不是很敏感,尤其我不做饭,所以有没有煤气无所谓”。

对于第二个问题,开发商的设计似乎没让潘豆豆感到什么不适。虽然房子一层9户,潘豆豆选的是7层的中间房型,意味着只有一个窗。

“但我记得看样板房感觉很明亮,因为落地大窗貌似有3—4米,而且它的厨房是开放式的，所以即便没窗还是很明亮。”年轻人潘豆豆说,“打动我的,是可以把房子设计成LOFT。”因为土地性质是商业，所以层高可以达到4.8米,完全可以设计成两层。

不过,并不是所有买家都像潘豆豆这样抓大放小。和潘豆豆一起看房的李阿姨看了这幢大厦后,觉得使用成本和转手税费与住宅差别太大,实际上不值这个价。“这个周边的写字楼,才能卖多少钱呢,只不过开发商包装得好，一下子就卖高20%—30%。”虽然退休的李阿姨对房子的设计和使用面积大等方面比较满意,但最终还是没出手。

不过半年后的今天,李阿姨也许会羡慕潘豆豆了:底特律财富天地的单价已经由1.2万—1.3万元/平方米涨到了1.9万—2万元/平方米。

更重要的是，房产税越来越近，买住宅已经不再是最合适的选择了。



商铺

能量系数

首付五成以上,贷款利率为基准利率1.1倍以上,期限一般不超过10年,不受二套、三套等限购令影响,调控后购买指数较高

在北京等一线城市,商住倒挂情况可能会延续一段时间；在三线城市,商铺近两年成为投资新宠

商铺价格一般不会因为房龄的增长而下降,反而会随商业氛围成熟而向上波动,二手商铺价格会因其周边商业氛围的培育成熟而上升

商铺是中长期投资,如果投资过程顺利,投资回报基本维持8%,大致需12年收回投资成本

安全系数

如果想通过按揭贷款的方式进行商铺投资,加上贷款利息成本,风险有所增加

投资者说:

商铺投资是高投入、高产出、高风险的投资,地段的好坏直接关系到商铺的保值增值潜力;开发商的实力、信用度、经验等都直接关系到商城能否真正形成;一个店面值多少钱,是由它的租金水平所决定,要对地段商铺现在及未来几年的租金水平有所了解。

商铺“售后包租”:危险的游戏

本报记者 陈文雅 北京报道

北京浙江商会副会长陈俊操作和策划过许多商业地产项目，多年来,他最痛恨的商业模式是“售后包租”。因此他经常提醒中小投资者,“现在的售后包租都在无限夸大回报,无限缩小风险,承诺回报越高、包租时间越长越要慎重考虑,保持清醒的头脑才能捏稳钱。市场风险很大,投资需要智慧。”

2011年1月4日，最高人民法院全文公布了《最高人民法院关于审理非法集资刑事案件具体应用法律若干问题的解释》,重点惩治非法吸引公众存款、集资诈骗等非法集资犯罪活动,解释规定,不具有房产销售的真实内容或者不以房产销售为主要目的,以非法占有为目的,使用诈骗方法售后包租、约定回购等方式非法吸收公众存款“敛财”,将构成集资诈骗罪,最高可判死刑。这意味着法律对“售后包租”行为有了规范依据。陈俊对此拍手称快。“这个售后包租,对老百姓权益、对社会安定、对政府公信力都是很大的挑战，现在终于有具体的法律规范进行约束了”。

售后包租,是指房地产开发企业,以在一定期限内承租或者代为出租买受人所购该企业商品房的方式,销售商品房的行为,或是开发企业将所售商品房出售给投资者，同时与投资者签订承租协议,并以承租期间的租金冲抵部分售价款或偿付一定租金回报的一种投资方式。

陈俊说:“我了解过的售后包租项目有很多个，没有一个是成功的。很多商业项目,售后包租和不包租的是在同一地段，但是境况相差很大,即使旁边别的项目生意特别红火,售后包租项目却冷冷清清。”

陈俊很早就开始关注售后包租模式。

五六年前的一天,在路过北京北三环的四通桥时,陈俊发现高速路口的电线杆上隔不远就挂着一个很有煽动力的广告:“无风险经营,回报率300%”。陈俊心想:“不可能吧,哪有这等好事？”随后便对广告中的项目情况做了一番调查。那个项目位于北四环海淀桥附近，紧邻中关村图书城,共有11层,地下1层到第10层是商铺,4至7层是书店。开发商想以书店的消费人群来拉动其他楼层的商业。陈俊从侧面了解到,该开发商此前并没有商业地产开发经验,曾透露自己资金短缺,因此到处寻找合作伙伴,但却两度遭到了拒绝,因为合作方对其商业业态的规划和运作模式并不认可。

该项目对投资者宣称,购买商铺后，承诺十年返还租金，年回报率10%。而一位业内人士表示,“最好的商业项目市场培育期至少需要3年,一开始开发商拿什么来支撑10个点的返租率？10%年回报率对于已经成熟的商业都不容易,对于新的商业可能性更小。”

陈俊到实地查看后,发现现场一片热闹景象，许多客户正在等着签约。陈俊感到很疑惑:老百姓这么容易上当？这件事不久后被陈俊搁在脑后,但是随后,该项目的开发商老板就找到了陈俊,邀请他去谈谈。老板表示:“中关村周边有78所高校的学生,15万至20万IT业白领，还有中科院237个科研院所的职工、亲属、子女以及万柳地区众多高档社区居民等,周边地区的消费需求是十分旺盛的。”

下转40版

柴油车价值凸现

近日，国家科技部863计划“节能与新能源汽车”重大科技专项特聘专家王秉刚透露,国家将考虑以多种技术路径来实现节能减排的目标,其中汽车柴油化也将是其中一种重要途径,“柴油化是降低油耗与排放的有效模式”。

华泰汽车在鄂尔多斯建成了一个全亚洲最大、最先进的清洁柴油动力总成基地，已具备年产30万台清洁柴油发动机和45万台自动变速器的生产能力。未来,将达到年产100万台发动机、100万台变速器的生产规模。涵盖1.5L、2.0L、2.5L、2.8L、3.0L五个排量柴油发动机，排放率先达到欧IV标准,并具备随时升级到欧V水平的能力。从而为我国清洁柴油乘用车的大范围推广奠定了产能基础。

目前,以华泰汽车为代表的国内自主车企,已开始行动,并投入巨资研发轿车用清洁柴油发动机技术。华泰汽车与意大利知名乘用车柴油发动机公司VM深度合作,通过技术引进、吸收与创新,拥有了清洁柴油发动机的自主知识产权与生产能力,并成功推出了中国首款中高级柴油轿车华泰B11,一举打破了外资车企对我国清洁柴油汽车领域的技术垄断。与汽油车相比,清洁柴油版华泰B11的碳氧化物排放量减少25%左右,油耗降低30%左右，动力则提升50%以上,优势明显。 | AD

东京买房？ 自己衡量！

4 七种武器之凤嘴刀



东京买房

能量系数

土地私有，购得土地拥有永久产权

地产价格根据行情变动，租金较少受到影响，收益较为稳定

日本房产从合同的签定、定金的支付、房屋的验收、产权证件的取得、房产的出租、以及再出售等全过程都受到严密地、系统地监督

贷款利率很低

安全系数

单纯投资，时间和交通成本较高

投资者说：

不动产公司或者私人卖房，标价和实价浮动的空间也就在5%左右，他们不会漫天要价，而且一切文书都是齐备的。不动产公司的职员给我的文字材料里甚至连公寓楼内的下水道是公用产权还是个人所有权都标注了。

本报记者 周亚霖 北京报道

越来越多的中国富裕人群开始尝试在海外投资不动产，美国、英国、新加坡都是近年的热点，近期，和中国毗邻、房屋总价低、投资回报率较高渐渐成为在日本投资的"比较优势"。

在东京附近的工业区购买一块土地，每平方米仅需5000元人民币；在大阪买一套一居室仅需24万元人民币，在日本购买不动产的两位中国人向记者讲述了他们近期在日本的投资故事。

日本买地

在日本买地其实远没有想象中昂贵，每个月要去日本谈两次生意的刘东最近就在东京附近的三条市市区买了一块土地，地价为人民币5000元/平方米。

刘东的地是从一家不动产商社买来的，他认为，三条市相对于东京的位置就好比廊坊相对于北京，"是个工业区，但生活应该比廊坊更便利"，从东京坐新干线大约2小时就可以到达，刘东所买的土地距离新干线站点大约有5分钟路程。"三条市是个工业比较多的城市，但即便是到更偏远的地区买房子也无所谓，因为日本的城乡差距很小"。

刘东的这块土地可以盖成两层的小洋楼，一层大约50多平方米，加起来就是100多平方米，房子边上可以建成花园和车库。刘东粗略计算下，要盖好房子，每平方米还要花人民币5000元，刘东打算将这个房子的一楼做成门面，公司可以在这里办公，二楼可以给提供给员工住宿或者出租。刘东合计，大约100多万元人民币就可以搞定在日本的办公地点，还可以省下大笔的员工宿舍支出或者获得高额的房租回报。刘东觉得这次买卖非常划算，"花100多万元人民币就可以在日本拥有一个永久处所，我在海淀一个并不是甲级写字楼的地方租用一个办公场所，一年还要交18万元人民币的房租。"

在日本买地已经不是新鲜事了，地产商人黄怒波就在北海岛购地。日本《产经新闻》甚至这样报道："中国在日本全国各地收购土地的状况已经到了非常严重的地步。这不仅包含水源地和森林，而且表现为中国资本收购企业，建立类似'中华街'那样的街区。中国的领事馆还试图在市中心购买大块土地。这一方面反映了日本地方经济衰退，寄希望于快速发展的中国经济；另一方面，中资的大举进入也带来了人们对景观和治安的担忧。"

买房出租

刘东是个生意人，他对这笔投资看得很清楚。在日本，房屋修缮的人工成本比中国高，所以他准备一开始就把房子盖得特别好，要经久耐用。刘东要盖的是单户(一户建)，修缮房屋的花费完全看个人财力，没有一定之规，所以刘东打算一开始就用最好的材料把房子盖好。按照日本的习惯，一般30年要给房子做个大修，"日本装修一个150平方米的房子大约要花1000万日元，估计和大修的费用也差不多"。

刘东在附近找了条件类似的房子，对新房子能"赚"到多少钱做了估算，"一个一楼的17坪（约56.1平方米)的房子月租金是17万日元(临街铺面)，二楼30坪(99平方米)的房子月租金要25万日元。

如果要在东京买房，投资回报率如何呢？Stasia Capital Japan董事陈霞雯告诉记者，港区新房的回报率在3%；台东区、江东区、品川区等为5%，面积越小回报率越高。总价越低，房龄较长的可以到6%—12%。而在北京，无论是二手房还是新房，投资回报率基本在2%左右。Stasia Capital Japan的上海公司每个月都要组织一批中国人去日本看房。

从事日本房屋交易的网络平台JP house告诉记者："日本租赁市场成熟，人口密度高、消费集中，入住率始终维持在90%以上，很适合租赁收益。在日本，即使地产价格根据行情变动，租金并不会受影响，收益较为稳定。另外，日本房产从合同的签定、定金的支付、房屋的验收、产权证件的取得、房产的出租以及再出售等全过程都受到严密地、系统地监督，以保证投资人的合法利益。"

> 日本《产经新闻》这样报道：中国在日本全国各地收购土地的状况已经到了非常严重的地步

低利率

深圳人陈非非在大阪花了23.86万元人民币买下了一套约24平方米的房子。他将房子交给中介公司出租。"日本房子虽然很小，但非常精巧和人性化，住起来挺舒适的，质量非常好。"

陈非非的房子已经出租半年了。他预测了一下，大约10年可以收回全部的投资。"扣除税费，一个月到手的大概有3100元人民币。"

陈非非觉得在日本买房非常可靠还有一个原因，就是整个买卖流程都非常透明化、法制化。"不动产公司或者私人卖房，标价和实价浮动的空间也就在5%左右，他们不会漫天要价，而且一切文书都是齐备的。不动产公司的职员给我的文字材料里甚至连公寓楼内的下水道是公用产权还是个人所有权都标注了。"日本的电梯、花园这些公摊都不算在使用面积里，"80平方米的房子可能比中国100平方米的房子都大"。

如果在日本有公司的中国商人在日本买房是很合适的，因为那样就可以贷款买房，日本贷款利率非常低，很多银行为了招揽客户，利率是0.9%。日本政府为了扭转长期通货紧缩的局面，实施零利率政策来刺激经济。

不利因素：连续下跌20年

陈非非在深圳已经买了两套房子，他觉得深圳房价已经太高，再投资就有风险了。东京、大阪的非核心但交通和生活很便利的区域，房价和北京、上海的房价非常接近，有的还远低于北京、上海。"大阪能找到很多单价在人民币1万元—1.5万元/平方米的房子，但'房租房价比'远比北京、上海合理，这是我认识的人在日本购房投资最主要的原因。"刘东和陈非非都觉得"房租房价比"合理是他们在日本买房的最重要原因。

但是日本本国人面对这样的投资回报率，为什么不动心去买房呢？

"日本的职员习惯把工资的五分之一用来租房、四分之一用来旅游、四分之一喝酒、四分之一家用，很少储蓄。我认识的日本人都是在有了小孩以后才买房的。他们还认为自己国家人口一直负增长，土地也很多。经历了房价大跌的时代，很多人不喜欢买房也不敢买。"刘东经常和日本的大公司职员有业务往来，他眼中的日本人生活很西化，也非常不爱储蓄。

眼下，不仅仅是中国人，很多其他亚洲国家的投资者也会选择去日本买房。日本房地产市场泡沫20年前破裂后，美国很多地产基金购买了大量房产。2007年东京和周边的房价曾经回暖，之后又爆发了金融危机，一些基金撤离，房价又下跌了一些，所以一些金融和房地产分析人士认为眼下是投资日本房地产的好机会。

到了2008年，据日本的风险投资企业JCL Holdings的统计，在日本购买房屋的中国人中，有四分之一的中国人是为了投资。看惯了"只涨不跌"的房价，经历了短暂的房地产发展，中国人对房价的思考角度和日本人有很大的不同。

对此，刘东提醒道："因为日本房价已经连续下跌20年了，有的日本人认为还会继续下跌，所以才不买房。是否该到日本买房，也全看自己衡量。谁也说不好什么时候是最佳时机。"

（1月26日人民币汇率：100日元对人民币为8.018元）

游击工业地产

5 七种武器之二郎刀



工业地产

能量系数

投资厂房的年回报率为12%至15%，七八年可以收回成本

安全系数

工业地产收益主要来源于入住企业的租金，没有住宅变现快

投资者说：

这要对政府的投资规划很熟悉，同时关键是能影响基层政府的规划。地方政府如果不投资改善生产条件，地就会砸在自己手上。

本报记者 贾华杰 北京报道

刚刚过去的2010年，浙江资金开始重新炒卖工业园区的地皮；山西人开始在重庆两江新区投资工业地产；世茂集团等多家地产商也宣称要把工业地产变成拉动增长的马车。

在住宅市场被政策过分打压的时候，新一年将有更多资金向工业地产转移。

投资厂房的年回报率已达12%—15%，一般七八年之内就能收回成本，相对于住宅投资5%的回报率来说，收益诱人。不过，工业地产的收益主要来源于入住企业的租金，没有住宅变现快。

而新进入工业地产领域的投资资金都有很强的"游击"属性，能否抵挡住赚快钱的诱惑仍是疑问。

对进入工业地产的机会主义者来说，地皮也许还能炒几年，但政策会越来越紧；而对于工业地产的价值投资者来说，即便你确信自己能吃透地产和产业经济两界，在砸进真金白银之前，仍要好好思量，能找来企业，拿到租金才是王道。

炒资空间趋紧

与商品房投资领域相比，工业地产没有各种惩罚性税费的麻烦，几乎没有管制投机的措施。2010年楼市政策调整过程中，从住宅投资转向炒卖工业园区地皮的浙江游资并不在少数。熟悉工业地产的人士说，最初的工业地产投资，就是由浙江人发起的，他们本身就是做实业出身，了解工厂对厂房的需求，但后来部分人发现囤积产业地皮挣钱更快。

2010年6月初，王晓广和朋友来到杭州余杭区，花费1500多万元购进了70多亩工业用地，约20万元/亩。王晓广说，打算一年内出售，前提是每亩价格超过50万元。

王晓广是个专业的炒家，1500万元中，大约有500万元的自有资金，其余都是民间融资而来，这些资金年度的成本在100万元左右。

与郊区便宜的工业地价相比，杭州市比较繁华区域内的工业用地都达到150万—200万元/亩了。"这种动辄差价10倍的项目，才有盈利的空间。"王晓广说。城区内工业用地价格的飞涨造成一些企业不得不搬到郊区，而另外一些企业也希望城内的工业用地能转化为住宅用地。

做这种生意，要消息灵通，腿脚勤快。"这要对政府的投资规划很熟悉，同时关键是能影响基层政府的规划。地方政府如果不投资改善生产条件，地就会砸在自己手上。"王晓广说。

与见缝插针的游资一样，2010年，多数地产商在打着产业地产幌子做住宅产品和商业地产，并以此作为主要的盈利点。

一位参与多地地方政府土地市场调查的人士说，好多城市周边产业园区，被开发商转做住宅开发。

不过，对于未来的政策走向，联东地产事业部营销中心总监王东升说，由于土地指标短缺，地方政府也不愿意产业用地随意成为炒作对象。

考验价值投资

对大多数人来说，工业地产就等于厂房，这实际上把工业地产的概念过分简单化了。好的工业地产开发商，就如同和政府机构"合股"，要做好园区的产业定位和规划。

王东升说，对于工业地产商来说，需要的人才是复合型的，既有地产属性，也有产业经济属性。既有地产操盘的经验，也更加需要了解国家的产业政策、产业经济发展的新趋势。

王东升说："未来工业地产的发展趋势是以产业招商为主导，或者是品牌拉动推广的形式，每一个项目要考虑产业和政府的政策，开发商如果能够有所作为，必须对产业吃得很透彻，引导和设计好政策，从而服务好企业，实现资源互补。"

联东地产是国内少有的几家专业工业地产运营商。一个好的现象是，定制厂房的比例越来越多。联东地产现在有超过50%的客户都是定制的，这样也节省了联东本身资金投入的比例。

联东地产的经验是，要充分考虑可持续发展，尤其是考虑物业类型的可变化性，现在的产业转移很快，往往超出对产业转移快的理解速度，"这几年招商和销售的过程中，出现这样的现象，今年招的是机械制造，明年是电子，也有可能是生物制药。"

王东升说，刚开始我们也抵挡不住诱惑，去做一些变现快的产品，但现在琢磨透了，工业地产就要慢慢来做，急不得。它的产品结构更复杂，需要考虑更多的地产外的东西。"除了土地使用性质不同外，工业地产相对于住宅地产和商业地产还必须同时考虑区域经济的风险和产业经济的风险"。

"举个例子，做工业地产，就要自己琢磨产业的发展趋势，比如阿里巴巴马云的淘宝城的思路，它建在城市新兴区域，交通方便，试图去解决电子商务的集中物流和产品展示的问题。"王东升说，"你要去考虑，马云的这种方式合适吗？能否顺利在全国复制。"

网络团购点亮春节 团评网助你安心团购

原价62元的一茶一坐套餐，现在仅售9.9元；

知名美容美发店原价1740元的理容套餐，现在仅售98元；

……

听到这些诱人的网络团购，您还坐得住吗？如今，大到团购房、车，小到团购一件衣服、装饰品，团购现已成为一种新兴的消费方式。这样的低价对于消费者来说，的确难以阻挡。然而，团购在给消费者带来价格优惠和便利的同时，也滋生了种种乱象。联想到最近曝光的一系列团购乱象，您还敢马上下单吗？

行业监管滞后 法律有待健全

由中国互联网协会信用评价中心发布的《2010年国内网络团购行业信用调查报告》显示，国内团购网站从2010年3月份开始，一直保持快速增长态势，团购网站数目在不断增加。截至2010年11月底，国内具有一定规模的团购网站总数已达1664家。

不过，网络团购整体市场频频显现问题，其中不乏知名团购网站的身影，包括央视在内的各大媒体均对行业存在的问题纷纷做出报道，身陷欺诈门、团购陷阱、售后无法保障、消费者维权难、缺乏行业规范等质疑声不断。

究其原因，我们可以发现由于团购行业整体尚处于起步和自发状态，行业内部竞争较激烈，对该行业也缺乏监管，导致出现了不少的问题。针对网络团购中常见的商品质量、商品服务等问题，工商部门也曾尝试进行监管，但在监管工作中遇到不少困难。其中，最大的难题是无法将网络商家这样的虚拟主体还原为真实的主体。

2011年01月10日，央视焦点访谈以"团购，让人欢喜让人忧"为题，对当前出现的团购热进行了集中报道。在肯定了团购模式使许多人受益的同时，也指出了团购市场存在的种种乱现象。有些团购网站的行为，甚至构成了诈骗。

可以说，当下的团购热，在数千家团购网站中绝大多数是好的，但消费者上当受骗的事，确有发生。稍加归纳了一下，无外乎这么几个原因：第一，团购网站本身没有正规经营，或处于起步阶段，比如：许多团购网站连基本的工商登记都没做，营业场所也没有，有的甚至只有一个工作人员；第二、团购网站上线产品考察商家不严格，餐馆、美容店等商家的服务跟不上，造成客户体验下降，或上当受骗；第三，消费者冲动性消费，一看到诱人的团购就赶紧下单。但实际上，如果货比三家的话，可能还有更便宜，更好的团购。

部分团购网站由于受自身条件限制：不审核商家资质就匆忙的上线产品；通过技术手段玩弄数字，迷惑消费者；一旦发现问题无力解决，就玩失踪，叫人防不胜防，这给广大的团购粉丝们带来了困扰。央视曝光的团购乱象都是"因"，都是背后的操作，我们普通的消费者是很难从他的前台网站页面看出蛛丝马迹的，那么有什么简单的办法，可以提高我们的鉴别能力，既享受团购，又不上当吗？

团购市场新思路 团评网助力新年团购

日前，国内一家第三方团购点评网站"团评网"(tuanping.cn)已于2011年1月正式上线，该网站为，不仅提供了功能强大的团购导航与搜索，最重要的是收集了目前国内1400多家团购网站的经营信息，如经营主体、信用等级、注册资金、联系方式、ICP备案资料以及负责人等信息，供消费者团购时进行参考，避免上当。

分析人士称，团评网区别于其他团购导航网站的思路和定位，也为团购的量监管、市场规范提供了思路。该人士还建议团评网考虑增加团购网站的信用评价机制，这将会对团购商家、消费者提供更佳有效的的参考依据。

我们根据团购网站的业者和专家的建议，并结合"团评网"的优势功能，给您总结了"两查一搜法"，助力您的新年团购。

两查一搜法：就是，一查团购网站的资质；再查商家的资质；最后利用搜索功能货比三家。

查询团购网站资质，主要是看他有没有进行必要的工商注册登记，详细的办公地址，负责人及固定电话等。那么，从哪查看这些信息呢，第三方团购点评网站团评网(网址：http://www.tuanping.cn)站搜集了1000多家团购网站的真实资料，包括：经营主体、法人代表、注册资金、注册地址、办公地址、网站负责人，联系方式等。对于信息不全的网站，消费者就要留点心了。

查询了团购网站资质后，您还可以同时查询一下团购涉及的商家资质，直接打个电话给商家，或者登陆大众点评网(http://www.dianping.com/)等第三方平台查询一下也是必不可少的步骤，如果实在查不到什么信息，您还是要冷静下来做一个判断，再付款购买。

接下来，再说一下"一搜"：现在团购网站及团购内容日渐增多，同类的团购可能不止一家网站在搞，或者还有更超值的。所以，在正式购买前，可以到一些团购导航类网站去看看，利用他们的搜索功能货比三家。现在有许多团购导航网站做的还是可以的，象刚才提到的团评网，此外，我们也可以利用传统的搜索引擎百度(baidu.com)一下。

通过，以上的两查一搜，虽然不能保证您肯定能获得一次完美的购物体验，但可以相信，对于咱们普通消费者来说，还是有些作用的。至少，可以在我们的利益受损时，给我们的维权提供一些线索。减少我们的时间成本。从而享受到真正的团购。

AD



谁选择了别墅

本报记者 邬琼 广州报道

张志强每周五会开车前往距离广州市区40分钟车程的玖珑湖。2009年,他花了1100万元在玖珑湖购入了一套500多平方米的别墅,近期刚刚装修完毕。

“装修花了快500万。”张志强说,“希望在这里能和朋友、生意伙伴喝酒、喝茶、聊天、打球。”未来他希望能在玖珑湖的别墅里定期举办社交沙龙。

这里远离市区,紧邻广州玖珑湖高尔夫球场,依山傍水,环境秀丽,但周边配套算不上齐全,事实上,大多数玖珑湖业主的首选功能并非居住。

捡到宝

在2003年到2009年间,国土资源部曾三次出台政策叫停别墅供地,但是就广州市场而言,别墅供给并未见减少。2009年广州十区两市的别墅供应面积为103.5万平方米,到2010年这一数字上升为104.1万平方米。

这其中的别墅种类颇多,有联排、双拼和叠拼等,但建设部对别墅的定义仅仅是“独门、独院”即传统意义上的独栋别墅。大多数时候,开发商往往会采取非独栋别墅等低密度产品结合规避别墅用地局限。

这让张志强这样的买家在选择别墅产品时候很难抉择。

“在有买别墅的想法之后,看了很多盘,我当时甚至不知道自己应该买什么样的产品。”张志强说。

如今张志强说起别墅来津津乐道。他认为,购买真正意义上的别墅,必须项目整体规划容积率在1以下,最好是0.3到0.7之间的独栋别墅。

“自然景观要好,最好是高尔夫别墅,关键是私密性要好。”张志强说,此类产品并非仅仅是出于社交功能的需要,最重要的是物业增值。张志强认为,密度过大,尤其是那些与高层洋房在一起的大型社区的别墅产品无自然景观可言,而且私密性并不好。

“在高一点的洋房上就可以看到自己在别墅院子里的一举一动,要不就是连排的,隔壁一个动静都能听见。”张志强说。

事实上,张志强所言独栋别墅自2003年国家便不再供应相关用地,即便是张志强所购买的玖珑湖,亦并非单纯的别墅用地,开发商新鸿基在项目当中规划了多种品种的产品,其中包括小高层,但玖珑湖不同产品构成的组团之间有严格的分割,组团之间的距离较大。这使得张志强所在的组团看起来更像一个单独的别墅社区。

但未来类似于玖珑湖这样的项目可能也要面临被控制的危险,2010年年底,国土资源部召开一次新闻发布会时强调,对于容积率小于1的住宅地块出让要坚决叫停。这让张志强猛然觉得自己在2009年购买的别墅将有更大的增值空间。

“广州比较好的别墅类产品现在的价格大多在5000万元以上一套,玖珑湖当时的定价并不算高。”张志强说,2008年之后广州市推出的“大一山庄”和“颐和高尔夫山庄”等别墅类产品,以独栋别墅为主,单栋价格在3000万元以上。

> 在整个市场本身供需失衡的状态之下,细分市场的供需也是失衡的

虽然玖珑湖所在的区域远离广州市区,并且在高端别墅较为集中的花都区域,但张志强肯定地对记者说,广州市与玖珑湖同等规格的别墅楼盘最多仅有四个,总体的供应规模不会超过5000套。

但显然,张志强认为当前广州对高端别墅市场的需求并不止这么多,且开发商往往每次都以20套左右的货量慢慢推出,有的开发商甚至一期推货量仅仅几套,往往产品一经推出便被抢购一空。

“我装修完之后,请我的朋友们来看房子,结果大家都想买一套独栋别墅,而后讨论的话题就是到底怎样的别墅是符合他们需求的?广州有哪些这样的别墅在供应?结果我们发现选择并不多。可选的楼盘,往往没货。”张志强说。因此张志强更加坚信自己的选择,在他听到国土资源部停止容积率1以下的项目土地供应之后,“感觉像是拿古董去央视‘鉴宝’,被专家鉴定是真的”。

别墅的问题

事实上,广州市场的别墅出现的集中问题恰恰是张志强的朋友所遇到的问题,当他们需要顶级别墅的时候,他们发现市场缺乏相应的产品。

广州市曾以别墅高入住率而被认为是最佳的别墅市场之一,2010年,广州别墅入住率一度高达91%以上。

但此类统计相当零碎,并没有专门的中介机构能够提供一个准确权威的数据,原因在于广州市场的别墅层次不一。

“大多数别墅的价格可能总价不到1000万,有的甚至低于500万,单价低于同期市中心高端住宅的价格。”有广州中介机构负责人对本报表示。其认为,价格低于500万的别墅很难被一些机构统计。

该负责人认为,造成这样状况的核心原因是别墅市场与住宅市场是在同一个市场当中运作,很少有开发商愿意专门针对高端别墅市场开发产品,因为土地性质不允许。

“大一山庄土地据说是拿了多年,但是政府不批别墅规划,据说其别墅规划是在2008年之后才批准的。”上述中介机构负责人对本报表示。

在此情形之下,大多数开发商把高端别墅客户吸收到自己社区当中来的唯一做法就是将别墅类产品与其他产品做在同一个社区当中。但这样的社区往往不被张志强这样的客户接受。

广州市现在的做法是在从化、花都这样的城市边缘区域规划别墅区,但因为距离市区较远,部分注重别墅居住功能的高端客户又不愿意在这些地方购买别墅。

张志强坦诚,如果不是因为信任玖珑湖的开发商,他也不愿意在花都买别墅,但是对于他这样身家在亿元左右的商人而言,市中心抑或是靠近市中心的别墅价格太贵。

“二沙岛的别墅基本不交易,因为没人肯放;而颐和高尔夫和大一山庄这样的别墅总价又不合适,用5000万买一套别墅我还没有这个能力。”张志强说。

事实上张志强还看重一个面子,当他认为他所居住的社区中他是最穷的那个的时候,他会觉得不够面子。

“人家扔一个多亿买别墅,我们显然和人家不是一个档次的。”张志强说,因此张志强认为玖珑湖满足他们的需求。

“别墅也是一个细分市场,不同阶层的客户对产品价格的接受能力是不同的。”上述中介机构负责人对本报记者说,“也许像张志强这样的人,他们希望有一个社交场合的时候,就必须在郊区购买,但郊区真正意义上符合他们需求的产品又不多。在整个市场本身供需失衡的状态之下,细分市场的供需也是失衡的。”

6 七种武器之戟刀



别墅

能量系数

2003年–2009年,国土部三次叫停别墅供地,别墅规划获批较难,开发商将别墅产品与其他产品建在同一个社区取得开工条件,独栋别墅私密性受影响

2010年底国土部坚决叫停容积率小于1的住宅地块出让,低密度别墅增值空间巨大

安全系数

持有过程面临房产税征收压力

投资者说:

购买真正意义上的别墅,必须项目整体规划容积率在1以下,最好是0.3到0.7之间的独栋别墅。

7 七种武器之叉



海景房

能量系数

较少受信贷调控影响,即使所购海景房为第二套房,也有可能申请到首套房的利率

安全系数

入住率低,房间即使铺设了供暖设施,但热力公司可能无法供暖

生活配套滞后,同时入住率低反过来影响商业氛围的形成

投资者说:

步行到最近的沙滩大约半小时,其间要经过干涸的池塘、无名的工地,杂草丛生;底商的经营萧条,计划中的大型商业中心貌似烂尾楼,很快你就会发现,住在海景房里的你,无处可去。

近观海景房

本报特约记者 张逢 乳山报道

2010年以来,关于山东乳山海景房的报道并不多见,在这片被称为“威海银滩”的黄金海岸线上,此起彼伏的高矮住宅楼被开发商们想象成了金山和银矿。在喧嚣的施工声音背后,看似平静的乳山近况,实则充满争议和疑惑。你仍然会在一周之内接到好几个“银滩海景房”的推销电话,也依然可以在周末随意搭乘看房团的车前往销售人员口中的“世界珍藏海滩”。但当你买了这里的房子以后,升值不升值?真由不得你做主了。

现状

2007年,吴先生以每平方米3100元购买了乳山“如意花园”小区一间9层高的小单间。穿过阳台前面十几栋小住宅楼,9层的高度恰好可以看到海平面。为了这个海平面,吴先生付出了每平方米贵几百元的代价——如果想要更好的景象,这“楼层费”更加昂贵。

吴先生说,想到在这里买房的原因其实很简单:海景房销售电话的诱惑、无非当作一次旅行的看房团之行加上装修精致的样板房。当然,这里房子价格的相对低廉更是不可或缺的购买因素。

“中国是世界上人均海岸线最少的国家,人均只有几厘米。”承销商崔先生说,这是他们在培训销售人员时必须提到的一个事实。“内陆人都对大海有心理渴望,加上大城市房价不断攀升,我们的样板房又建得很精美,来看过的人通常都会动心。当然,即便不买,借着看房的名义过来玩玩也不错。”于是,以银滩楼市开发为起点,“威海银滩海景房售楼处”悄然出现在各大城市的街头巷尾,“看房团”成了乳山最时髦的词汇。

2010年5月初,吴先生第三次到乳山,看到与如意花园相邻,一个同样包含两栋高层和多栋低层板楼的项目“明珠海苑”正在预售中,络绎不绝的看房团被送到售楼处。与当年的如意花园一样,很多看房者就在现场签订合同并交付定金,场面极为火爆。

2010年开盘的“明珠海苑”价格在4000—6000元/平方米,和吴先生所购住宅景观相同的住宅价格为5000多元/平方米,上涨幅度已经较为可观,但是与北京等城市的投资收入相比,还是小巫见大巫。“不跟北京这样的城市相比,就光说其他沿海城市,最低房价也都在七八千以上。”另一个名为“湖畔人家”的楼盘销售员小江说,“银滩的房价一直处在平稳增长中,虽然不会出现疯涨的情形,但也没有降价的空间了。”

并且虽然目前的房地产调控一直从紧,但是购买海景房似乎可以游离在调控之外,“一般按照开发商的要求在他们指定的银行贷款,基本都可以贷下来,虽然有几家银行名义把非首套房的首付提高到5成,利率升到基准利率1.1倍的水平,但多数银行仍可享受两成首付和七折利率购房。”小江说,“当然,要想买就得快点,谁也难保他们什么时候就把首付和利率升上去了。”

在全国房地产高烧不退的大背景下,海景房也是持续恒温,甚至升温。据说,乳山的经验已经被作成功的范例在业界推广,山东青岛有一处海景房已经组织人马要复制乳山的“看房团”模式。但是,这种一年住上几天的第二物业、第三物业,在房地产调控向二级城市、三级城市下狠手的情况下,还会一路畅通吗?

问题:鬼城的阴影

曾经,鄂尔多斯把“鬼城”带进了人们的视线,新建了大片以住宅为主的建筑群,但是却无人或极少人居住,暗夜之下,形同鬼城。这在大规模房地产开发和城市改造中已经不是什么奇闻了。一年中大多数时间少人居住的海景房会不会有沦为“鬼城”的风险呢?

吴先生讲到,2009年乳山银滩如意花园交房时,从那里步行到最近的沙滩大约半小时,其间要经过干涸的池塘、无名的工地,杂草丛生。至2010年5月,这里仍不见丝毫起色,唯一的改变就是工地上竖起了一个巨大的花瓶,突兀地立在沙滩前,显得有些不伦不类。

整个银滩的市政建设也停滞不前。底商的经营萧条,计划中的大型商业中心貌似烂尾楼,很快你就会发现,住在海景房里的你,无处可去。

在如意花园对面经营一家东北餐馆的杨姐一家,是第一批移居到银滩的业主。几年来,生意做得不温不火,她丈夫时常跟当地人一起出海捞海货补贴家用。她说,如果再这样下去,可能会选择把房子卖掉,回东北生活。

还有开小药店的董青,虽然她租用的底商每年租金只要1500元左右,但收入也仅够她和儿子日常开销。只要一有时间,董青就坐在织十字绣的桌子前面,她花了3年时间制作的一幅《清明上河图》就快完工了,“我想卖多少钱?看看淘宝上什么价格吧,我这个怎么也得卖30万才行。”她说,卖十字绣也许会成为她维持生计的出路。

问题还远不止于此。

由于银滩楼盘的入住率太低,即便每间房屋都铺设了供暖设施,热力公司也无法提供暖气,因此冬天的银滩基本上很少有居住者。大量房屋常年空置,只有照常收取物业费的物业公司会定时将楼道打扫干净。

“旅游”和“宜居”是乳山市政府最早赋予银滩的定位。基于此,“福如东海”、“大拇指广场”以及高尔夫球场等项目纷纷开建,耗资巨大,但由于缺乏特色,无法引来游客。于是2010年伊始,银滩的定位被修改为“最适宜养老的城市”,更多资金被引入到城市建设中,而非一味地占领海岸线。

2011年,乳山市政府计划投资2.8亿元加强银滩地区的公共设施建设,此外,日处理能力3万吨的银滩污水处理厂正在建设当中,全长2100米的白沙滩河也正在河床清淤。这些都是乳山在2011年工作计划中的重头戏。此外,旅游景点建设也加大了力量。“福如东海、多福山、潮汐湖等代表银滩旅游形象的核心景区正在加快建设。”银滩管委会的工作人员表示。下一步,他们将依托海洋资源,探索发展垂钓、游艇、帆板等海上娱乐项目,丰富滨海旅游的内涵,增加银滩的“人气”。

“福如东海引入了威海一家投资机构的20亿元资金,西面的潮汐湖度假村则是由台商投资60亿元建设的。”上述承销商崔先生介绍道,“此外,距离如意花园不远的大型商场已经完成招商,将于5月份正式营业。”尽管当地一些人存有怀疑——以目前银滩的人气不足以支撑这样的商业中心。

但是,我们似乎也不好据此就说这里已经陷入“鬼城”的梦惑。大海和辽阔的海岸线毕竟对人类具有强大的吸引力,而步入老年社会的中国,数以亿计的老人的养老需求也不容小视。那么如果把养老和宜居成功地融合起来,银滩和其他相似的海景房们会不会再次成为炙手可热的地产宠儿呢?

买写字楼去

上接38版

“有不少人想要投资,但是房源很少。”邓中文说。写字楼的出售周期较住宅要长,变现能力较弱;此外,写字楼产品一般面积较大,小的100、200多平方米,市场上大部分公司租用面积为300–500平方米;而且首付至少五成,这就要求投资者具备一定的资金实力,并且,一旦写字楼没有租出去,持有费用也远高于住宅,投资者需要具备一定的持有能力。

以上述卓先生的投资为例,该项目物业费用为0.9元/平方米/天,182平方米的面积,每月需要缴纳的物业费就是4914元。一旦出现空置,投资者就需要自己承担相应的物业费。

邓中文表示,投资写字楼最重要的是看地段,要选择在热点、成熟商圈内的物业,此外就是看楼的品质,包括外立面、层高、停车位以及物业管理等。例如,不能选择物业管理费太低的楼,物业做得好,才能维护好楼的品质,采用中央空调、集中供热的楼,物业成本不会低于12元/平方米/月,物业费应该到15元/平方米/月(即0.5元/平方米/天)。

“物业费不能太低,一般在0.5元—1.0元/平方米/天。”邓中文表示。

邓中文表示,今年写字楼租赁市场,已经出现一房难求的局面,租赁客户必然会转向低端项目中寻找房源,一些公司会选择进入相对偏远的写字楼里面,如北京上地的租金,已经从3元/平方米/天,涨到了4元/平方米/天,望京地区,2010年年中是3.5元/平方米/天,现在最高的已经涨到6元/平方米/天;总部基地、亦庄等区域,写字楼租金会继续上涨。

这些区域,正在为写字楼投资提供新的机遇。

商铺“售后包租”:危险的游戏

上接38版

老板鼓动陈俊说:“你看,我们现在形势是一片大好,你赶紧想办法带一批浙商来投资嘛!我们一起搞个活动,场地和茶水我这边免费提供。”开发商表示,项目卖得很好,已经卖出去90%。可是陈俊从建委查到的销售数字还不到1/4。

陈俊当时判断,这个项目的操作模式是违反商业运营规律的,因此他并没有答应开发商的建议。在这期间,他发现“售后包租”模式成了商业地产圈的热门话题,褒贬不一。

果然,过了没多久,该项目的老板忽然消失得无影无踪。街边到处竖立的广告牌被政府勒令拆除。如今,五六年过去了,那些中小投资者的本钱还没有收回,该项目的商铺至今冷冷清清。

此后,陈俊在北京又研究过多个售后包租项目,发现无一成功。东四环百子湾桥一个住宅项目的底商也是运作售后包租,策划公司出主意说打造成“欧美风情街”,开发商还打起了回报率500%的旗号。由于招商不顺利,开发商希望陈俊带领浙商前去接盘。陈俊当即表示:“要我们接盘是不可能的,此外这个项目的定位也有问题,如果由我们来做策划,会把‘欧美风情街’改成尾货、淘宝一类的商场。”后来,开发商请陈俊组织一批潜在投资者,大家一起讨论项目的可行性。结果,到场的100多位客户没有一个敢投资。

还有北京理工大学对面的一个售后包租项目,一开始招商情况很好,半年后商户都撤了,原来开发商采取了免半年租金的方式吸引租客,结果半年后租客纷纷撤走,老板只好重新招租,但是怎么也招不起来。

陈俊表示,选择售后包租方式经营的老板,一般都是为了圈钱,然后圈地,再圈钱。“从市场的角度看,哪有天上掉下来的馅饼?”陈俊认为,售后包租危害比较大,这样的项目往往业态不统一,很难做,开发商做项目是为了圈钱,所以不愿意投广告、营销费用,不愿意做物业维护等等,这样的话,项目知名度难以提高,物业服务水平难以持续。

“做生意投资商铺最好挑一个位置好、人流量大的地方,价格高一点没关系。位置偏僻、租金低的摊位肯定没有消费者去,此外,必须要对自己有没有进货渠道、有没有流动资金做到心中有数。”这是陈俊对商业地产的经验之谈。

中小企业电子商务应用的妙招(三)

随着电子商务的快速发展,网站已成为一个企业竞争的重要优势之一。企业打造电子商务网站是一项物超所值的投资,不仅可以是企业最经济实惠的广告形式之一,能够7×24全天候为企业效力,并能在极短的时间内,不受时间与空间的限制,接触到广大的网民,迅速提升企业的知名度、增加企业的业务量以及提高客户满意度。

电子商务对于各个规模的企业顺利度过经济危机、谋求广阔发展、以及个人创业都是一个非常好的途径。但是,如何才能有效地开展电子商务?

充分开展电子商务,实现开源节流,维护客户关系

网站就像一张名片,可以成为企业与客户、潜在客户、投资者、员工的首个接触点。而且,网站建设是一项回报率极高的投资,网站所带来的任何新业务都将足以能够支付网站维护等后续费用。

如今,很多客户为节省开支,首选网络采购,因此,企业的电子商务网站必须存在并有望吸引大量客户。通过网络不仅使企业获得更多机会,还能在很大程度上减少企业成本开支。在金融危机下,企业既起到开源作用,同时又实现节流的效果。因此,电子商务将为小型企业带来实际利益,并促进企业获得长远发展和提升竞争力。据艾瑞2009年公布的调查数据显示,使用电子商务的线上中小企业在全球经济危机下的存活率要高出传统线下企业5倍。

网站不仅用来赢得新业务,还可以帮助企业建立和维护良好的客户关系,这点对企业的长期成功至关重要。网站最方便、最有利的地方便在于:即使是在下班或者没有员工接听电话的时候,网站仍能提供服务,降低错过新客户的机会。客户可以候随时随地访问您的网站,查找相关信息,如营业时间、地址、联系方式等,还可以在他们最方便的时候进行网络购物。不言而喻,电子商务已经成为众多企业,尤其是中小企业谋求未来发展的重中之重。

人人都用.com
马上登陆 www.renrendouyong.com
注域名,赢未来!

欲了解更多,请联系:+86-10-58793933

.com 人人都用
可靠 专业 值得信赖
全球.com和.net的域名注册量突破1.015亿



想立刻知道您想要的域名还在不在?

编辑短信 人人都用com + 空格 + 您想要的英文域名,例如 人人都用com abc.com 或 人人都用com abc.net,发送到12114(仅收短信费0.1元/条,可包含在短信套餐内)。

观察家 Observer

编辑:林密 E-mail:linmi@eeo.com.cn 美编:赵刈 2011.1.31

>>42 版 我们应该从苏东剧变中吸取什么
>>44 版 音乐与政治化
>>46 版 银幕上的疯男人
>>48 版 袁世凯的是非功过

“伊拉克蜜枣”与治理通胀

——汇率与货币系列评论(30)

周其仁 / 文

通货膨胀的本质是流通中的货币过多。但是,表现出来并引起公众高度关注的,则是物价的上涨。这就带来了一个问题:究竟怎样处理物价问题,才能比较有效地抑制通胀?流行之见,管物价就是治通胀,反过来治通胀就是管物价,来来回回是一回事。

似乎是无懈可击的结论。不是吗?货币的主要用途是购买商品与服务,居民、企业和其他机构拥有的货币资产别无他用,主要就是用来花的。可是在通胀环境里,钱多商品少,人们一起花钱势必抬升物价,降低货币的购买力。这不但显示出通胀,还会加强通胀预期,进一步鼓动人们购买商品或其他实物资产,从而进一步推高物价。

一个办法是加息。讲过的,那就好比给货币老虎多喂块肉,让它乖乖趴在笼子里别出来乱晃悠。在逻辑上,只要加息足够,再凶的货币老虎也会趴下的。1988 年大陆通胀高企之时,有重量级智囊到香港向有关台湾财经人士问计,对方的经验之谈就是大幅度加息。说“利息不管用”,那是因为加息不到位。加息到位,利息岂能不管用?

问题是加息要产生其他代价。譬如当下的情形,中国加息将进一步拉高与欧美日本息口之间的差距,结果“钱往高处流”,进入中国的货币老虎不小反大,令人头痛。还有加息会冷却经济增长的速度,很多人是不是承受得了,也是一个问题。因此在现实世界,加息不到位的事情是常常会发生的。

另外一个办法,是管制物价。直接管价,谁涨价就找谁的麻烦,横竖“哄抬物价、扰乱市场秩序”是自古以来的现成罪名。虽然经济学家从斯密以来,支持直接价管的少,批评的多,但到了风口浪尖的关头,无论东方西方,执政者多半不加理会就是了。一个原因,是公众也常常支持价管,或干脆要求价管。这是价格管制挥之不去的原因。只不过在经验上,直接的价管既打击供给,也加大行政成本,任何长期实行价管的地方,经济不可能有起色。

比较新鲜的招数是“管理需求”。说白了,就是以行政、立法或其他措施,限制消费者购买商品与服务的数量,通过管束需求的量,把物价水平压下来。这其实是一种间接的价格管制,但着力点不是管卖方的要价和成交价,而是限制买方的购物数量。反正在市场里,价格升降影响购买量,反过来,购买量也影响价格升降。通过限制购买量,总可以把某种商品的市场成交价格压下来,这在经验上是成立的。

本文要说的是,以限量压制某些商品的价格,虽然可以达到限价的目的,但并不等于因此就压住了通胀。搞得不好,一波未平、一波又起,把物价上涨从一个商品“撵”向另外一个商品。忙来忙去,把整个物价水平都运动上去了。

为什么出现事与愿违的反效果?追根溯源,通胀还是因为流通中的货币过多。人们受通胀预期的驱使,持币在手,欲以购买商品和资产来保值、免受通胀的损失。这里包含的行为逻辑像铁一样硬,不是轻而易举就能废除的。政府出台限购甲物的禁令,当然可以“平稳”甲物之价。但人们的货币资产还在,市场的货币购买力还在,不准购甲物,人家就转向购乙物。你再禁购或限购乙物,人家又转购丙物。推来拿去,货币购买力在市场里“漫游”,物价上涨此起彼落,一道道的禁购令有可能成为物价总水平的积极推手。

换个角度想问题。给定流通中的货币偏多、加息又不能一步到位的现实,较高的市场成交价不但只不过“反映”通胀,其本身也会“释放”部分通胀的压力。先这么想吧:人们花钱买了米、买了面,或者买了车、买了房,这部分花出去的钱就转为商品实物,或转为实物资产。到手的米、面、车、房当然可以再卖,再次转为货币资产和货币购买力,但一般不是那么容易。因为商品或需要马上消费,或资产再变形有交易费用的麻烦。更重要的是,既然因为不看好货币的保值功能才加入花钱者的行列,这部分人一般就不再偏好持币,宁愿持有商品和实物资产。这样一来,原来他们手持的流动性,是不是就“消停”了?

有读者会说,那可不一定。买家付钱持物,那卖家不是正好倒过来,售出物品、收回货币吗?那些卖米、卖面、卖车、卖房的,他们收到了钱再花出去,存量货币资产继续流动,市场里的货币购买力并没有减少,买方以货币购买力压迫物价上升的压力岂不是依然存在吗?

好问题,终于点到了货币的迷人之处。货币(currency)者,流通之中的钱是也。所以货币的显著特点是不断地在市场里转。买家付账、卖家收钱,完成一次流通。轮到卖家花钱的时候,他又充当买家,付出货币得到商品,钱又完成一次流通。如此生生不息,钱在市场里不停地打转,协助专业化分工的社会生产体系实现商品、服务和资产的不断换手。

明白了这一层,再深想一个问题吧:当货币不断在天下无数买家卖家之间转来转去之际,是不是存在某种可能性,那就是处于某个流通环节的卖方,收入的货币很多,再花出来的钱却很少?这一多一少货币购买力之间的差额,是不是可能暂时地、甚至永久性地退出货币流通,以达到让货币老虎“变瘦”,从而根本降低市场的通胀压力?

让我以经验来说明,这样的“好事”还真的是有的。那是上世纪 60 年代的故事,我在上海读小学、升中学。记忆之中,每天上学的路上都要受到美味食物的诱惑。那是“三年困难时期”,粮食和副食的供应极度紧张,政府松动政策,允许“自由市场”开放。于是通向学校的街道两侧,摆满了各式食品摊位。什么吃的都有,就是价钱不菲,比凭本计划供应的,要贵上很多倍。可惜家母教育孩子的准则,是从来不给零花钱,惟有她认为合理的需要才酌量拨款。这样,我对路边诱人食物的需求当然“刚性为零”。好在家里还有网开一面的地方,就是把伊拉克蜜枣装在大口瓶里,锁在柜子之中,过一段时间,拿出来发我几个过过瘾。那时的伊拉克蜜枣,进口的,每市斤要卖 5 块人民币——那可是 1960 年代的 5 块钱!

后来读《陈云文选》,才懂得这是处理 60 年代通胀的有效措施之一。陈云同志说,“一九六二年货币流通量达到一百三十亿元,而社会流通量只要七十亿元,另外六十亿元怎么办?就是搞了几种高价商品,一下子收回六十亿元,市场物价就稳定了”。(《陈云文选》第 3 卷,人民出版社 1995 年版,第 377 页)。这里的“几种高价商品”,也包括本文作者当年吃一个就永远记住一个国家名字的伊拉克蜜枣。

计划经济也有通货膨胀吗?有的。成因也一样,“钞票发得太多,导致通货膨胀”。当时钞票多发的原因,是“一九五八年以来四年(国家财政)账面上收大于支的数字‘显然是有虚假的’,实际上,‘四年来国家有很大的亏空’。‘初步估算,可能有二百几十亿元,或者更多一些。’其中,一九六一年国家亏空五十七亿元七千万元。一九六二年,…实际上有一个相当大的赤字,计五十亿元”(《陈云传》,中央文献出版社 2005 年版,第 1300 页)。

结果是,“这几年挖了商业库存,涨了物价,动用了很大一部分黄金、白银和外汇的储备,在对外贸易商还欠了债,并且多发了六七十亿元票子来弥补财政赤字,这些,都是通货膨胀的表现”。“原因很简单:一方面支出钞票多;另一方面,农业、轻工业减产,国家掌握的商品少,这两方面不能平衡”。治本之策,当然是增加农产品和轻工产品的供应,同时控制货币供应,并想办法把已经在流通中的货币存量收回来。

这里非常重要的一课,是千万不要以为把所有物价都冻结起来,就等于控制了通货膨胀。要明确,稳定物价绝不等于稳定通胀,正如管住了温度计并不等于管住了气温一样。把当年每斤 5 块人民币的伊拉克蜜枣放进物价指数——测度物价的温度仪——当然会提升物价的读数,但经验说,那正是治通胀的有效措施之一。要害是,这部分带高了物价指数的商品物价,是不是像上文点到的那样,卖方收回的货币量多,再花出去的货币量少?如果做得到,通胀时期部分物价的上涨,也可能避免物价冲击社会更敏感的领域,直到最后把已发出去的过多货币引向根除通胀的正确方向。

今天中国经济的情况与半个世纪之前不可同日而语。陈云当年用过的“伊拉克蜜枣”的办法,今天还管不管用?在目前的情况下,还有没有“伊拉克蜜枣”?如果有,或更多,那要怎样选才算对?还有在当下的结构里,究竟怎样才能实现所谓的“货币回笼”?这些问题,有兴趣的读者一起来想想吧。下周春节,报纸放假,节后我们再切磋。

以限量压制某些商品的价格,虽然可以达到限价的目的,但并不等于因此就压住了通胀。搞得不好,一波未平、一波又起,把物价上涨从一个商品“撵”向另外一个商品。忙来忙去,把整个物价水平都运动上去了



The Observer'Forum 观察家年会

系列演讲(二)

我们应该从苏东剧变中吸取什么

金雁 / 演讲

听听东欧人对剧变的认识

会议组织者给我的题目是:“东欧道路”,其实现在既没有什么“东欧”的称呼,也没有“共同道路”的提法。比苏联剧变早两年的东欧,虽然目前与我们的国家关系还算正常,但是却显得比较隔膜。对于他们的经济转轨过程,我们一向偏重于负面报道,说东欧受西方“和平演变”的“忽悠”吃了大亏。剧变后的东欧被我们形容为:“糟政府、烂社会、议会就像马戏团;分企业、卖银行、民族国家全卖光,到处是一派乱糟糟的无序民主”,在2008年金融危机时期,我们的报刊使用了“东欧陷落”、“东欧贫血症”、“东欧遭遇滑铁卢”等耸人听闻的字眼,甚至有的充满了幸灾乐祸的心态,以证明我们先经济改革而后政治体制改革的英明性。

20年前我是东欧剧变的“现场观察者”,20年后我又浮光掠影地感受了金融危机下的东欧,可以说在这方面有一定发言权。凡是尊重客观事实的人,对东欧国家,尤其是波、捷、匈、斯这些已经入盟国家,都不得不承认,这些国家已毫无悬念地融入老欧洲。“身在庐山”之人与山外之人的感觉完全不同,他们有牢骚、也有怀旧,认为新欧洲与老欧洲比仍有差距,但并不后悔“天鹅绒革命”。

而东欧诸国的国民对所谓“乱糟糟的民主”的看法却与我们有很大的不同,他们承认议会政治有毛病,但一切矛盾可以公开,本身就是一种“常规化”的表现,比起旧体制下“高度一致”、报喜不报忧的传统来,现在这种“乱糟糟”的局面无疑是一种进步。而且他们认为,民主从来就不能解决所有的问题,民主最大的贡献就是让社会各方面的利益群体在议会这个公共平台上按照一定的规则来博弈,大家都使明的不使暗的。常常可以看见这些国家的议员在议会里打架,有人就说民主太乱了,其实这只不过是转型国家政治发展的必经的过程,更何况公开的博弈形式哪怕再不雅观,也比任何秘密政治要好,因为阳光是最好的消毒剂,没有阳光的角落不知道会滋长出什么东西。朝鲜倒是挺一致的,但是没有一个东欧人愿意选择这样的无选择的“一致”,否则极左派早已成为第一大党了。

至于分企业、卖银行,只要分得公平、卖得透明,得到工会和民众自我选择的结果比过去苏式计划经济的强制性扭曲合作要强得多,也比共产党后期的“黑箱操作”的权钱交易强得多。也许就选择方式来说,并不见得是一种最佳方案,而且批评声音一直不断,但是因为是一种全民参与的博弈过程,配合气氛始终占主导,没有出现过倒退与动荡。东欧的民众说,“过去那种‘领袖们’向‘普通老百姓’指导应当如何生活的时代结束了,正是在20世纪,在所谓帮助‘普通老百姓’的旗号下建立了最恶劣的专政”。这种家长式的管制方式,也许的确带来过“需要叩谢皇恩”的福利,但是这种福利并没有阻挡人们对自由的渴望,谁都知道东欧的“天鹅绒革命”是千百万民众自发参与的结果,他们虽然对经济转轨心理准备不足,因为“剧变后没有实现剧变前的所有梦想”,抱怨是有的,怀旧也是有的,但是鲜有要倒退回去的意愿。

总体来讲,1989年东欧民众反体制的四大基石:非苏化、私有化、非军事化、亲西方化,是有社会共识的,绝不是一时的心血来潮。20年的转轨,左右轮流坐庄,各轮了两三次,在这一点上没有动摇。也就是说,东欧人不喜欢被“代表”,他们的选举文化证明了自己对模式的偏好,这恐怕才是最真实的感受。

我们喜欢说,苏联解体之痛、东欧剧变之苦。他们却说,苏联霸权是建立在我们小民族痛苦的基础上的,在他们不痛的时候我们痛,而他们痛的时候正是我们梦寐以求的目的,是我们的梦想。波兰统一工人党总书记拉科夫斯基谈到东欧的剧变时说,“因为这一制度里,既没有自由,也没有公正”。波兰前总统瓦文萨在接受《南方周末》访问时说,“我不反对社会民主主义,我反对的仅仅是苏联的共产主义,因为它是一种僵化的非人性的社会制度”。

苏联模式在东欧是移植过来,从来没有在本民族扎根,此后1956年的匈牙利事件、1968年的布拉格之春、1980年的团结工会都体现了这些民族的抗争。东欧各国内部本来就积蓄



东欧的社会是一种复合性主体,每一个社会结构都是一个有机的生命体。由于自治社会存在,政治民主化的难度和风险要小得多 华盖创意 / 供图

着长期的民主化冲动,它的民主化浪潮是自下而上推动的,所以有心理准备。与独联体国家“从天而降”的民主化完全不同,那些国家的情况是,突然有一天老大哥说,队伍解散了,你们自谋出路吧,于是政府稀里糊涂地披上了民主化的外衣,这种自上而下的民主化注定了它的空心化,后来出现的问题与此有直接的关系。

社会共识是一种神奇的力量

如果谈到经验,要说有什么共性的话,那就是除了经济转轨适应具体环境要具体考虑外,东欧各国认为有几点很重要:社会共识;社会建构;人文精神。

具有社会共识非常重要,而且具有凝聚力的社会共识的重要性怎么估量都不过分。有一个全民族认可的主流价值,直接影响着转型国家的社会发展目标和社会稳定。它是需要大智慧、大平台的,有共识国家就不会乱,有共识社会就不会散,有共识就有希望,而没有了这一点就容易形成社会动荡和黑社会的“丛林化”局面。

东欧国家主流价值基本上有两个纬度:一个是和1945年以前的传统对接,一个是与母体的欧洲文化对接。他们提出的口号是建立“共同的欧洲家园”,重返我们的“欧洲的价值”,剧变中提出的口号是“回到1947年以前去!回到1918年的第二共和国时期!回到欧洲阵营中去!”他们不承认1945年是真正的解放,认为那仅仅是更换了占领者,而1989年才是二战真正的结束。

1990年12月在华沙贝尔维德宫举行的新波兰总统的就职仪式上,二战期间流亡伦敦总统卡乔罗夫斯基将波兰第二共和国国旗、宪法原件和总统印信交给了瓦文萨,表示了剧变后的政府与波兰民族“历史正硕”的合法继承关系,瓦文萨通过这个方式让剧变后的波兰历史与传统对接。东欧这些国家认为他们是小民族,而小民族有一种世界性、普适性,现在西欧是稳定的民主社会,在文化上与东欧又有一致性,向西靠的结果一定会强于原来在苏联体制下时的状况,欧盟成员国的身份不仅有安全保障,而且还有经济援助,促进所在国的议会民主和市场经济,何乐而不为呢?如果刻意绕开西方已有的经验,另辟蹊径的结果可能反而是一种新式的倒退。

其实这个主流文化是什么并不重要,重要的是社会共识,有了社会共识,再难的转轨也能度过,就像波兰在剧变之前,共产党执政时期,物价刚上涨两位数,就罢工不断;而团结工会时期,物价上涨达到2000%,大家也咬牙顶了过去。这就是社会共识的重要意义。建立社会共识要有一个智慧的团队,要有民众认可的本国历史的核心阶段,要有一个道德偶像的关键人



金雁 本报资料室

他们认为,民主从来就不能解决所有的问题,民主最大的贡献就是让社会各方面的利益群体在议会这个公共平台上按照一定的规则来博弈,大家都使明的不使暗的

物,比如马萨里克、纳吉等等。

他们担心自己被留在这个“已被抹掉的地区”,生存环境毫无保障,东边的俄罗斯持有“核武器和能源”两大武器,随时都可以威胁到他们的利益,于是民众沿着历史惯性寻找新的安全保护伞,民众对加入北约的支持率和积极性之高超过政府。东欧人对这次“回归欧洲”评价很高,把它并列在欧洲的五大重生之一:基督教使罗马重生;文艺复兴使希腊精神复活;宗教改革使督教重生;新教伦理和工业革命使欧洲重生;欧盟一体化使东欧国家重生,重新回到欧洲大家庭的队伍中。从1997年以来,欧盟委员会每年对入盟国家的评估涉及31个范围,指出他们距离入盟标准的差距和努力的方向,“给那些被排除在外的国家发出一种明确的信号,通过进行必要的变化,能够得到更多的回报”。对新欧洲国家来说,银行业的全球性流动已经形成,借贷方便多了,虽然欧盟对债务的规定有“赤字不超过GDP的3%,债务累计不超过GDP的60%”的政策限制,但是因为缺乏硬性制裁,有规定等于形同虚设,危机对政府造成的冲击远远大于百姓,因此民间感觉与政府不同。

反观俄罗斯就有很大的不同,混沌的“国家思想”使他们整合难度加大,在传统的意识形态跨掉以后,这个曾经“凭借思想联合起来的共同体”,至今没有形成自己的主流文化。自从经历了“社会主义意识形态空场”以后,俄罗斯就面临国家认同和“国家思想”重建的迫切问题,俄罗斯各派政治力量先后提出过“主权民主、东正教精神、欧亚主义和帝国学说”等作为新的意识形态方案,但是因为缺乏共识,都没有坚持下来。由于摆脱不掉“前帝国”的惯性,现在俄国最大的问题是缺乏目的性明确的“社会战略”,整个俄国处在一种焦虑综合症的状态下,既有“身份认同”的焦虑,也有“向何处去”的选择焦虑、安全焦虑、整合焦虑与人口焦虑。所以俄罗斯处在一种摇摆当中,它直接影响到国家发展的均衡性和可持续性。有人把这种状况归纳为“缺乏主导性特征”的“俄罗斯猜想”。说白了就是社会共识不足。归根结底一句话,有了社会共识再大的难关都能渡过,否则就会做成“夹生饭”。

千万不能忽视社会建构

第二条经验就是把“社会建构”放在重要的位置。有人说,新中国成立的60年是“前30年学苏联,后20年学美国的各种流派,现在正进入第三个阶段,学欧洲。学习欧洲的多层治理,学习欧洲的社会保障,学习欧洲的和谐与道义,学习欧洲的社会现代化”。不管这个说法准确与否,但转轨国家积累的社会转型经验值得借鉴。人们往往注意到政治制度和经济转轨这些显性的因素,而忽略社会建构,其实它的重要性一点也不亚于前者。

东欧已经从“社会–国家一体化”的意识形态下脱离出来,从转轨初期的工会不像工会、政党不像政党、公益组织不像公益组织发展到现在明确的“三分天下”。它改变了传统的治理模式,变“政治化的国家”为“社会化的国家”,使社会力量和政治制度之间的紧张关系变为相互依存的平衡关系,形成一种内在性的社会建构。在当今的社会,“国家无所不能”的时代结束,“强政府”时代结束,政府的频繁更换,使它从原来与国家重合的身份中剥离出来,入盟后更带来了“国家虚拟化”、“国家弱化”和“去权威化”的思潮,国家的控制能力和社会动员能力都大大减弱。要想不出现“丛林化”和“无序化”的局面,让各类自治类型组织填补政府所承担的功能非常重要。

公民参与介入各种社会组织,调动全社会的力量解决社会保障和各类问题,最典型的是工会在转轨后得到重生。工会经历组织碎片化过程后目前彻底转变,出现了工会多元主义。欧洲工会联合会要求,雇员少于50人的,没有工会代表的单位必须成立工人工作委员会。社会契约和三方机制协议在控制工作条件方面是有效的,值得我们借鉴。社会机制与社会组织发育相对良好,成为国家与民间之间的桥梁,能够在国家、市场和社会的三维体制中承担相当的责任。教会、NGO、行业协会、利益成员组织各司其责,即监督政府又制衡市场,各种利益可以在社会的平台上沟通,使政府养成在议论纷纷中执政的心态。

剧变以后东欧国家的NGO都在呈几何数般地增长,且资金来源复杂化和价值取向个性化。国家政治之外的力量强大,社会团体有广阔的发展空间,它的自我建构、自我修复能力增强。别看今天游行示威,明天政府危机,社会的弹性机制良好,决不是我们想象的天下大乱局面,形成了社会的有机性和天然层级结构。东欧的社会是一种复合性主体,每一个社会结构都是一个有机的生命体。由于自治社会存在,政治民主化的难度和风险要小得多。

市政广场的作用远远不止在举行公共庆典,更何况他们的公共庆典都是政府出钱来调解社会矛盾的重要补充。在东欧“公共庆典是社会的润滑剂”,这是从希腊罗马延续下来的传统。比如在佛罗伦萨,1399年政府就举行过一次为期9天的谢罪游行,让民众发泄不满;美第奇家族经常在公共庆典上大摆筵席,这是争取市民最好的手段,他们为“自己的财富来源有一部分不正当所得而痛心”,希望通过慈善和谢罪来减轻负罪感;另外也颁布各种名目繁多的“禁奢法”。

广场型文化,把广场作为民意的检测地,不但是娱乐和商业中心,而且是一个批评政府的地方、一个抗议的中心、一个民意的检验中心。它的开放性可以突破封闭状态,它的竞争性是个人展示的平台,它的创造性是人文和艺术大放异彩,增强凝聚力。

与国家层面的政治冷漠相反,社会层面的直接民主大行其道是目前的一个特点,即政党衰落,社会组织兴起。主要特点有:政党大多数党员对党内政治和决策的影响力十分有限,政党的代表性不足;党派制度的狭隘性和意识形态说教性过时;政党与政党的差异在逐步缩小,有趋同的倾向;政党改革的原始动力不足,党内的领导怕政党改革动摇自己的领导地位,政党内部交流很少,在政治活动中忽视了党员的利益,开始走下坡路。而社区中依靠民间自身的力量解决各种复杂的问题成为一种新气象。人们不再像过去一样靠参加某一个政党来表达自己的政治诉求,在多元文化下单一的核心价值已丧失魅力。由于网络成为“沟通综合体”,“新的直接民主”成为可能。社会的内在动力强大弥补了政府撤出留下的位置。2010年4月10日“黑色星期六”是二战以来波兰高层精英损失最多的一次,但这没有引发波兰社会根本性的变化,社会秩序良好、股市上扬。这种自我修复能力以前所没有的。东欧国家都是小国,并不强大,但是它有一种内在的饱满和情绪上的舒缓。

反观俄罗斯,虚张声势的强大中有着脆弱的焦虑,俄国的强国家思维对社会结构的再造不利,长期以来被管制的社会是没有自愈能力的,社会的能动性很差,只有索尔仁尼琴等人看到了“管制社会”放开以后带来的人的“自主意识”和“自我负责”的水平存在很大的难题。1993年11月索尔仁尼琴回国后号召人民参与并发展过去的地方自治运动,并定期出版《地方自治通报》,叶利钦于1996年夏天签署了地方自治法令,但是一直成效不显著。2004年乌克兰颜色革命以后,俄罗斯又对NGO严加控制,制约了公民社会的发展,致使政府与社会呈现两种思维、两种话语。俄罗斯的NGO组织单一,主要集中在环保、慈善、残障方面,由于国家管制,它们在公信力、资源的使用方面都存在很大问题,这类政府操纵下的非政府组织只不过就是政府机关包装下的资源转换的机构罢了,都有浓重的政府选择的色彩。官方对它的态度十分功利,只想通过它们赈灾扶贫,吸引外资发展经济,而害怕它横向联系,在这种情况下社会团体只是一种垂直型的隶属结构,在社会建设中是以打压社会自主性为主的,导致社会越建越小。就如同没有臭氧层,阳光只烤大地,而如果人们自主、自愿、自励、自律,从国家人变成社会人就不会出现这种局面。

对后工业化时代文明的思考

剧变后的东欧总体来说并不太富裕,民众满意度也不尽相同,但是却有一些值得我们深思的地方,比如在物质达到一定水平以后,鼓励人们多花点时间思考:什么是“较高的生活质量”?对人类而言什么是真正重要的事情?人类具有一些共同的原始点,在权力与市场的夹击下如何做到增进团结、消除矛盾、协调社会?怎样提升公共道德?

对文明的思考说来也简单,那就是重现“人文精神、人的自由发展和自然化的理论体系”,人不仅仅是物质的动物,它还追求意义,追求崇高,过度夸大和消费的带来的负面效应是:鼓励贪欲容易对人类价值形成误导;地球承载不了人类所有的欲望;罗马帝国的衰亡和中世纪黑死病都是对人类贪欲的惩罚。东欧经济发展速度虽快于老欧洲,慢于中国,但是比较悠闲和均衡。很多人已经认识到,过去不惜一切代价追求国家强力,从人民剥夺财富、资源和自由来获取满足国家行为的现代化是错误的,而现在不惜一切代价追求经济增长的方式也将会被证明是错误的,它们的提法是,不拜倒在物质主义、经济主义和消费主义的大旗下,坚持超越的信念,保留人类的精神家园。

东欧人喜欢用汤因比的一句话来形容苏联模式的垮台,“从文明衰落所造成的痛苦中学到的知识可能是人类进步最有效的工具”,而现在他们正在从摆脱旧模式造成的痛苦中来走向复兴。

经济规律不分疆界



法律、管制与经济增长

薛兆丰
北大国家发展研究院研究员、
法律经济学研究中心联席主任
zxue@nsd.edu.cn

专栏开张几期，引起热议，尤其是“论堵”一文，配上去年我在这个地盘发表的“火车票低价造成了举国浪费”，网上吵得不亦乐乎。有读者发现：虽然两篇文章都基于相同的逻辑，但大部分人赞成前者、反对后者。这是有意思的现象，说明人们的思路容易受感情左右。

每当受到感情左右，人们就喜欢说某些商品很特殊，不能仅用经济规律来解释，要把这样那样的因素统统考虑进来。这种建议可能对，但求证不可缺。事实上，经济规律是普适的，即使在纳粹战俘营里都成立，而找例外的冲动，往往只是感情用事。

英国学术杂志 Economica 在 1945 年刊登了一篇 R. A. Radford 写的文章，题目是“战俘营里的经济组织（The Economic Organization of a P.O.W. Camp）”。文章栩栩如生地记述了纳粹战俘营里大量关于“市场”和“市场观念”的细节。

战俘营里的交易比外人想象的多。作者写道：“由于供给有限和均等，人们被俘后很快就能意识到，把香烟和食物当作礼物来收授，都是既没好处，也没必要的。在交换中树立起‘口碑’，才是提高个人满足感的更合理的手段。”例如，礼拜三和礼拜六是发面包的日子。这样，礼拜二和礼拜五晚上，面包就变得格外紧缺。这时的面包价格，要比其他时段的高出 15%左右。营里的一位“中间商”，就是靠坚持在这两个晚上只抽烟不吃饭来致富的。

战俘营里当然也有货币。那是香烟。它质量均匀、比较耐久、尺寸短小、易于携带，能用于大数量的交易。“劣币驱逐良币”的“格雷欣法则（Gresham law）”也适用。那是说，用作货币的香烟，都是最常见的劣质香烟，而像“牧师一号（Churchman’s No. 1）”这样的牌子就很罕见。营里不仅有货币，还有货币现象。例如，新增的囚犯和频繁空袭所引起的焦虑，都会增加香烟的消费，从而激化了营里的通货紧缩，致使物品的成交价格越来越低。

有意思的是，作者还专门用一节讨论了战俘营里的“市场观念”。作者写道：“总的来说，人们讨厌中间商。他们忽视了中间商撮合买家和卖家的作用。人们认为这些中间商之所以赚钱，靠的不是辛勤的劳动，而是得寸进尺的贪婪。尽管中间商的存在，本身就反驳了人们的看法，但人们还是觉得他们是多余的。人们尤其讨厌那些拥有垄断特质的中间商，比如那些有机会与外来卡车司机接触或懂得乌尔都语的人。”

此外，人们对战俘营内的“市场价格”也存在偏见。作者写道：“人们强烈地感到每件物品背后都有其按香烟数目折算的‘公正的价格’。”当然，追问他们为什么那才是“公正的价格”，也没有人能答得上来。同时，战俘们也关心“分配不公”的问题。香烟本身的消耗，一直是营内通货紧缩的根源，这便一次又一次地引爆了战俘们的争论，即“那些自己不抽烟的战俘，是否应该有权分到香烟？”

显然，没有人会说战俘营里的市场条件是完美的，但这个故事的含义恰恰是：市场总是在不完美、甚至是极度扭曲的世界里起作用！尽管人们在言论中，对市场行为一如既往地抱有深深的抵触情绪，但他们在行动上，却与质朴的需求定律惊人地相符。经济规律并不是脆弱和特殊的，得在完美世界里才起作用；相反，经济规律是健壮和普适的，它在任何社会都在发挥作用。

北京治堵和春运回乡，本质上都是有限资源分配的问题，与战俘营里的面包无异。假如战俘营里非要在周二和周五晚上饱餐一顿的人必须多支付一根香烟的代价，那么非要在高峰期繁忙路段驾驶私家车出行的司机、和非要在小年夜而不是年初二回到家乡的旅客，必须比别人支付更高的货币成本，也就同样是理所当然的。

以我估计，今天五环内的京城，不足一百元一程的拥堵费足以治堵。这有双重含义。一、公交乘客平均只需多交一元，就能获得私家车司机付一百元才能享受的速度；而政府还可以进一步减免公交的拥堵费。二、若遇急事，那么即使没有调动警车开路的特权，贫穷弱势者只需要拿出一百元，也照样能享受自驾通行的便利。这是不是更公平？同样，铁路大可以参考航空公司的定价模式，把年前高峰期的票价拉高，把年后低谷期的压低，从而鼓励人们提前或延后回家，削峰填谷，消灭举国排队的浪费，舒缓失控的状态。这是不是更有效？

其他问题，诸如“回家是不是权利”、“公款报销对收费是否敏感”、“公路和铁路是不是垄断”等，都有不着边际之嫌。难道有权回家，就等于有权得票？难道公款报销对收费不敏感，餐饮娱乐交通就不能随行就市定价？难道公路和铁路各自都是垄断的，合起来就不算竞争？试想一下，在当年的集中营里，如果有人站出来反对面包在礼拜二晚上涨价，并提出“根本的办法是结束战争”，那各位是否觉得他扯得太远了？

市场总是在不完美、甚至是极度扭曲的世界里起作用！尽管人们在言论中，对市场行为一如既往地抱有深深的抵触情绪，但他们在行动上，却与质朴的需求定律惊人地相符。经济规律并不是脆弱和特殊的，得在完美世界里才起作用；相反，经济规律是健壮和普适的，它在任何社会都在发挥作用

啊哦，竞争开始了



地缘大战略

丁力
经济观察报观察家部
高级编辑
dingli@eeo.com.cn

当前这场金融危机爆发后，美国最先受到冲击，而中国经济表现良好。在 2010 年，中美之间在一系列问题上发生争执：人民币汇率、中国的美元债券、稀土出口、朝鲜的核武器、半岛的军事冲突、南海通行。不过，在转基因粮食的种植与进口这个大问题上，中美没有歧见。

在韩国军舰沉没后，中国一度想把美国军队推离本国边界，以期能够略微舒适些地呼吸。结果是，美国得到了几个东亚国家的支持，反而巩固了它在本地区的军事存在，两国的龃龉呈恶化趋势。在这个复杂背景下，胡锦涛主席访美。这次访问把两国关系放到走向缓和的起点上，但不可能解决不协调的根本原因：一个超级大国与一个新兴大国之间的猜疑与利益争夺。

宴席与竞争

1 月 20 日，巴拉克·奥巴马总统在白宫举办盛宴，招待胡锦涛主席。正式、豪华的宴席表明赴宴者的重要，也指明宴席上的双方缺乏共同点。主人需要用美味的餐食来拉拢朋友，用隆重的仪式来证明诚心。宴会还有另一层意思：感谢胡锦涛带去的 450 亿美元的商业订单。

为了让美国人放心，中国还投入巨额资金在美国做广告和宣传。不过，在信息畅通的社会，宣传的效果极其有限。虽然兔年即将来临，美国人仍不会把巨龙看成小白兔。他们在做准备。

美国的政客说，美国正再次面对“人造地球卫星时刻”。1957 年，苏联成功地发射了第一颗人造地球卫星。美国受到极大刺激，奋起直追，终于在空间技术中遥遥领先，并在 1969 年首次把宇航员送上月球。去年 12 月，奥巴马说：“我们这一代人的人造地球卫星时刻回来了。”

此后，“人造地球卫星时刻”说得到美国政客的追捧。英国《经济学家》周刊说，中美之间并没有标志性“时刻”，因为中国在多年中稳步发展，没有产生某一次大的冲击；苏美各自建立经济圈，而中美经济已经在全球化中融合在一起；中美虽然是地缘政治竞争者，却不像美苏那样成为你死我活的敌人；皮尤的民意调查发现，60%的美国人认为中国经济力量的威胁大于军事力量的威胁，有 58%的美国人认为与中国发展更为密切的关系非常重要。不过，这家周刊没有说的是，中国从没有在航天之类的关键技术领域中领先。但美国仍然看到了危机。

1 月 26 日，奥巴马在国会发表“国情咨文”。这是前一年的工作总结和下一年（今年）的工作安排。他的核心议题是增加就业、削减赤字。在当前的经济危机中，这是必不可少的工作。另一个核心议题是美国的竞争力。他说，美国在经济、教育、科技等方面面临更多的竞争。世界发生了深刻变革，中国、印度加入了新世界的竞争。要赢得未来，美国不能停滞不前。

奥巴马总统提出中美进行“友好竞争”。他像是美国动画片《米老鼠与唐老鸭》开场的那只鸭子，一声“啊哦”，正式宣告中美之间的竞争开始了。时机不算早。这将是一场持续数十年的竞赛。中国被盛情拉上场，不能再扭扭捏捏地冒充小白兔。

美国要放卫星

苏联发射了第一颗人造卫星，但美国却用火箭技术做了更多的事情，还多次把宇航员送上月球。只有到了那个时候，美国朝野才在力量对比的倾斜中感到心理平衡，近 40 年不再登月。

中国领导人也受到了刺激。苏联放卫星之后，中国也开始放卫星：设立荒唐的目标，然后用谎言来完成这些目标。于是，国民死亡惨重，国家不堪回首。1950 年代已提出“赶英超美”，到现在美国终于开始重视中国的赶超了。在这场竞争中，中国一定不要再像那样放卫星了。

在过去 30 多年里，中国的运气不错，经济发展没有遭遇重大挫折，但美国也不是倒霉的唐老鸭。实际上，美国的运气一直旺盛。拿破仑曾经说过，上帝特别照顾白痴、酒鬼和美国人。

但大多数美国人是进取者。美国是一个有创新传统的国家。他们的发明有好也有坏，其中好的发明有电灯、电话。这两样东西曾经出现在中国官方绘制的共产主义的美好生活中，还没有被当作西方资产阶级的罪证。美国近期的发明有互联网（以及大量在互联网上运作的创新物如“视窗”和“脸谱”）、第四代战机、空天飞机、伊拉克的大规模杀伤武器、金融衍生品。

现在，美国提高竞争力的主要手段仍然是创新。创新和想象力被当作美国的优势。奥巴马在国情咨文中说：“没有人能够预计下一个巨大产业是什么，或者新的工作会来自哪里。30 年前，我们不知道互联网会带来一场经济革命。我们能够做的是鼓励美国人的创新和想像力。”

创新与山寨的最大不同在于：创新的前景不是明朗的，需要想象力、勇气、自由的氛围才有可能做到。有些创新可以与其他国家分享，如互联网技术；有些创新可以付费得到，如专利技术；有些创新则完全保密，如军事技术。任何国家要进入先进行列，创新都是必不可少的。

世界上最好的大学大都位于美国，但许多美国人仍然认为遇到了东方式教育的竞争。一般而言，东方学生少一些创新精神，却更刻苦地学习已有的知识。这是家庭教育的结果。正是在这个背景中，美国华人“虎妈”蔡美儿写了一本关于她严厉管教女儿的书，在美国一炮走红。

制造业能够创造大量就业机会，促进大宗产品出口。奥巴马提出，到 2014 年，美国的出口额将翻一番，主要市场对准中国和印度。这是一个宏大的目标，必定涉及到美国制造业的振兴。虽然中美两国在制造业上相差好几个等级，不构成直接竞争关系，但这个出口目标将妨碍中国的产业升级，能够收到一箭双雕之效，

冷战结束之后，美国政府的战争意识不曾消退。在西太平洋，美国已经有四个航母舰队在游弋。此外，在天上有看不见的战斗机，在水下有听不见的潜水艇——至少他们自己是这样说的。这样，从经济到军事等多个方面，美国都开始对中国的竞争。但美国仍然有人不满意。

1 月 21 日，美国前驻联合国大使约翰·博尔顿在英国的《金融时报》上发表文章，指责奥巴马的对华政策“太软弱”。我们不知道他是在搅民主党的局，还是在与白宫唱双簧，但可以肯定，美国人有备选方案。他们随时能够转向与中国的军事对抗，而且有人能够从中获利。

朋友，还是豺狼

当奥巴马说中美应该展开“友好竞争”的时候，他知道他在说什么，他的心中有当年苏联的影子。这里的关键词是“竞争”，而竞争并不总是友好的，“友谊第一，比赛第二”的事情并不很多见。竞争一旦开始，双方都有可能犯规。犯规可能惹恼对方，引起群殴。仅凭借良好的意愿不能够避免犯规。球场上的裁判有黄牌和红牌。国家间竞争也需要有效的约束机制。

操纵国家间竞争的是各国的执政者。能够有效制约执政者的主要因素是权力的分立、本国选民的和平意愿。畅通的信息流有助于保障和平，因为这时的执政者不能宣称独家掌握着全部真理，不能随心所欲。但这种保障是有限的，例证是美国宣称的伊拉克的大规模杀伤性武器。

如果中美今后出现军备竞赛，那将标志“友好竞赛”已经进入了死胡同。现在，美国在削减军费开支，减少某些进攻性武器。这是一个好的迹象，即使这只是经济危机中的权宜之计。

在招待胡锦涛的白宫宴会上，钢琴师郎朗弹奏了电影《上甘岭》的插曲《我的祖国》。在朝鲜战争中，中美军队在上甘岭鏖战了一个多月。歌词有一句：“朋友来了有好酒，若是那豺狼来了，迎接它的有猎枪。”郎朗后来声明说，他不知道这首歌的时代背景。没有特意安排。

不过，这个有关插曲的插曲并不预示中美冲突。中国准备了好酒，也有猎枪。美国即使不是朋友，来访时也有好酒，这是待客之礼；美国不太可能成为撕咬中国的豺狼，但中国的猎枪仍不可少，因为不能依赖别人的善意。虽然希望两国成为朋友，但美国很可能处于朋友与豺狼之间，并不时摆向两个端点之一。中国要学会耐心地与美国打交道，好酒和猎枪都要准备。

中国怎么办

现在的美国有点像 1980 年代初开放不久的中国，那时的中国人能够看到别人的很多优点。实际上，美国仍是世界上最发达、最强大的国家，第二名（无论是哪个国家）望尘莫及。但美国已经开始着手应对中国了。他们有时也自吹自擂，但还没有自我陶醉到自我欺骗的地步。

这场友好竞争值得欢迎，中美以及其他许多国家都将从中获益，世界和平将得到更多保障。美国炫耀武力的竞争也不是坏事情，它能够提升中国人淡薄的危机感，况且至少在表面上，那些联合演戏不是针对中国的。其实，两国在军事方面潜在有相当的共同利益。可是，如果要进一步建立军事互信，美国有必要先给中国让出一点活动余地，当然中国不应该白白得到。

如果在军事上都没有必然冲突的理由，在其他方面的竞争更能够保持友好状态。对于人均收入远不足美国的十分之一的国家，加入这场竞争必须抖擞精神，全力以赴。中国准备好了吗？

好像还没有。韬光养晦已被视为逃避维护国家利益，而好斗的宣言家缺乏国际知识，危害国家利益。国际关系是一个复杂系统，牵一发而动全身。逃避或者擅自改变系统中自己不喜欢的部分，结果必然是招致更多的不利。这并不是说系统是不可改变的，但那需要智慧和耐心。

在过去几个月，中国在世界各地派发订单，很有“负责任大国”的派头。可是，环顾全球，中国几乎没有朋友。为了赢得朋友，中国必须有比金钱更多的东西。这些东西不是钱能够买来的，也不是广告能够赢得的。何必太在意外国人怎么说？做得正确，没有必要辩解。做错了，最好的办法是改正错误，而不是粉饰。重要的是本国国民的意见，民心与口碑最珍贵。

宣传的目的本来是使别人相信并不存在的现实。如果自己相信了宣传，必然做出错误的判断。在这场“人造地球卫星”的竞争中，中国有人在大放卫星。据说，中国将在三个月后出现世界一流大学。中国的大学确实拥有其他国家不具备的特点，但这些特点不可能转化为学术优势。

中国是世界第一大出口国、第二大经济体，但经济主体还是加工业，严重缺乏先进技术和创新能力。在加工业之后，为了进入更高的经济阶段，中国需要创新。为了在友好竞争中立于不败之地，必须释放出国民的创造力。创造力的源泉是自由思想，只有法制社会才能保障自由思想。自由的中国其实对美国是不利的，如果其他国家有较大自由，美国将失去很多竞争优势。

在胡锦涛访美时，奥巴马当然也谈到了中国的人权问题。可是，最关心中国人权的是中国人自己，特别是那些缺乏权利和自由的人们，应该让他们说出自己的要求。保障中国人的权利与自由对中国最有利，确实不应该是美国政府操心的事情。美国的关心最好也是三心二意的。权利将促进自由，更加自由的中国人必将释放出喷薄的创造力，那是任何人都难以竞争的。

保障中国人的权利与自由对中国最有利，确实不应该是美国政府操心的事情。美国的关心最好也是三心二意的。权利将促进自由，更加自由的中国人必将释放出喷薄的创造力，那是任何人都难以竞争的

瑞尔
400-880-1900
www.arrail-dental.com

音乐与政治



城南旧事
雷颐
中国社科院近代史研究所研究员
leiyi5684@vip.sina.com



青年钢琴家郎朗在美国总统奥巴马为中国主席胡锦涛举行的宴会上 本报资料室

在胡锦涛主席此次访美期间，青年钢琴家郎朗在美国总统奥巴马为中国主席胡锦涛举行的宴会上演奏了具有“抗美援朝”背景的《我的祖国》，一时间众说纷纭。赞赏者激赏其“民族主义”，批评者严责其缺乏必要的外交礼节礼貌。

一

近日，郎朗对此做出一系列反应。他通过《长江日报》表示，希望网友们不要误读这次演奏，“别把艺术的选择泛政治化”，选择此曲，是因其“旋律优美，适合宴会演奏”。（“郎朗通过本报回应：别把艺术选择泛政治化”，2010年1月25日《长江日报》）他还特意在自己的Facebook主页上用英文做了一个简短的说明，表示自己是从旋律、情感表达以及国人对曲目的熟悉程度上选择了这些曲目，与其他因素无关。在接受美国NPR广播电台采访时，他说自己对《我的祖国》的背景一无所知，只知道这在中国是很受欢迎的曲子而已。

我相信他是诚实的，对这个曲目的背景，确实一无所知。因为他早在14岁就到美国学习音乐，之前在国内中央音乐学院附小、附中学钢琴。我国艺术院校深具“特色”的教育体系，使学生小小年龄就接受一种特殊的专业教育，实际却畸形发展。对此，一些资深音乐家、尤其是音乐教育家早就提出批评。黄飞立先生是著名指挥家，曾任中央音乐学院作曲系、管弦系教授、系主任，创办指挥系后又任该系主任。他批评说，现在学音乐的学生视野、知识面过窄：“比如他学钢琴、学小号，往往就顾着他的独奏，除了课堂以外，其他专业有些什么作品、有哪些文献，大家关心得比较少。有一次我去听某乐团的招聘考试，居然有音乐学院的学生一个片断演奏下来，好像完全没有听过这个作品。再比如，曾有一个美国小提琴教授来音乐学院访问，听了学生的演奏之后，问了好几个问题，都是关于这个作曲家的其他作品，那个学生几乎都不知道。教授回过头，对翻译说：‘这个学生缺乏修养。’翻译都不好意思把这句话翻出来。我不知道其他高校怎么样，大概也差不多吧。”

对于造成这种现象的原因，黄先生在上个世记40年代初期的学生、前中央歌剧院首席小提琴唐敏南女士的看法是：“现在是从附小、附中一路上来，接受严格、系统的训练，大海里淘筛子一样，一轮一轮地竞争，有时候也很残酷。但是在旧社会，许多学音乐的人都不是那样的。比如李德伦，他只在上海念过音专，相当于大专，并且没能念完。像谭抒真（我国小提琴教育的一代宗师、曾任上海音乐学院副院长兼管弦乐系主任，引者注）、黄先生等人，包括聂耳，他们都没有上过专业的院校，都是从爱好音乐起步。首先是喜欢，后来由于种种机缘，逐渐走向专业，其中的一些后来成了名教授或者大家。”黄飞立先生本人就是当年沪江大学生物系医预科毕业，毕业后留校任助教，主要是带实验课，负责做标本，甚至做非常危险的细菌实验。他的沪江大学高两级同学黄永熙也非音乐“专业”出身，后来也成了著名作曲家、指挥家。黄飞立先生回忆说：“黄永熙大学读的是建筑，后来在美国哥伦比亚大学拿了博士，同时也学音乐，并且也拿了博士。其实，这在我们那一辈人中一点也不稀罕，许多业余搞音乐的人水平很好，因为太喜欢了，有些人就从事了这一行。黄永熙就是其中之一，后来在香港音乐界是很出名的。”

曾任中央音乐学院指挥系教授、系副主任的吴灵芬看法更加激烈：“现在的音乐学院更像一个专门学技术的地方，文化课简直不敢恭维，有点儿瞎胡闹了：高考成绩低得吓人，只要专业好，其他学科一概不问，跟摆设一样。但过去，“我的很多老师都不是专业出身：郑小瑛早年考取了北京协和医学院，在金陵女子大学念的医预科；黄飞立是沪江大学生物系毕业；当时教配器、作曲理论的张肖虎，毕业于清华大学土木工程系；教作品分析的杨儒怀先生，现在是咱们国家的第一权威了，早年毕业于辅仁大学外语系，念英文和德文，后来又在燕京大学音乐系读书；还有原来给我弹伴奏的赵来箐老师，那是能考上北大的主儿”，“所以我始终觉得，音乐学院这么个办法是不行的。1990年我的女儿考附中，专业课考了95分，学校打来电话说：‘哎，听说你女儿考得不错，怎么没来？’因为我走了个后门，把她的成绩改成58分，让她死心塌地，留在普通中学里念高中了。”（黄飞立口述、文靖执笔：《上帝送我一把小提琴》，三联书店2010年版，第48–271页）

以上诸位都是中央音乐学院德高望重的教授，自非虚言。中国音乐教育最高学府中央音乐学院毕业生皆是如此，14岁就从其附中退学的郎朗，在此场合“不知背景”选此曲目，应说情有可原。演奏者完全不知所奏曲目的背景，反映出现在教育理念、体系的深刻问题。如何改变，兹事体大，非此小文所能胜任。不过，作为国际知名钢琴家，而且经常参加、今后肯定仍会参加深具政治性的“国事活动”，郎朗自应加强自身文化修养。这次是他第五次应邀到白宫演出，而且，几年前李肇星先生任外交部长时，就曾夸赞他是“一个出色的外交官”。南方日报记者在2005年末采访郎朗的父亲时问：“听说外交部李肇星部长都称其为一个出色的外交官。”郎父回答说：“没有人教过他在外交场合该怎么说话，但他在那些场合总是表现得得体、优雅，是和平友好又青春向上的中国人形象。今年11月11日，胡锦涛总书记访问德国，德国总统特别邀请郎朗在总统府出席欢迎仪式并演奏，他第一首选择的是舒曼的作品，最后一首是《保卫黄河》，胡总书记先后三度拥抱郎朗，全场起立为其鼓掌。我们文化部一位副部长说，中国大熊猫一千只，郎朗只有一个。第二天李肇星部长去酒店看郎朗，郎朗还在睡觉，李部长就留了张纸条：郎朗小朋友，感谢你为中国外交事业做出的巨大贡献，太喜欢你了！”（“郎朗是天才，我不是‘赌徒父亲’！”，《南方日报》2005年12月31日）

> 宣传“唱红歌”的意义时，强调音乐之上的各种“意识形态内涵”；而为郎朗此次选曲辩解时，则强调不应“在纯净的音乐之上赋予更多的意识形态内涵”。其实，各种观点自有理由，但逻辑自洽，应是基本点

二

对此次小小风波，年轻的郎朗肯定意外，且不无委屈，因此通过《长江日报》表达了“别把艺术政治化”的诉求。为此，《长江日报》发表了题为《音乐具有超越性》的评论员文章。文章认为：“音乐的魅力就在于它有一种优于语言的表达能力，它挣脱了语言的屏蔽，使不同语种的人们能在音乐的空间里理解、交融，释放出新的活力。著名指挥大师小泽征尔曾多次重复过：‘音乐是没有国界的语言’。好的音乐家，不会在纯净音乐之上赋予更多的意识形态内涵。”“正是这样，柔情的《北国之春》才能在复兴军国主义最浓烈的时代人人传唱，美国人可以把独立战争时英国人讥讽美国人的《美国佬》当做最喜欢的歌曲之一，《夜来香》也不会因在歌厅给侵华日军唱过而遭到国人的厌弃。这是音乐超越了政治解读后的魅力。”“答案是显而易见的。郎朗不过演奏了一段中国乐曲，它的时代背景和歌词内容，其实已是历史，不必成为现在的话题。”无论旁人赞同与否，“音乐具有超越性”自是一家之言，但这一逻辑要彻底并不容易。试想，如果日本领导人来华访问，中国领导人举行国宴招待，席间一位日本音乐家演奏《支那之夜》之类的曲目，不知国人是否也能以“不过演奏了一段日本乐曲，它的时代背景和歌词内容，其实已是历史，不必成为现在的话题”对待。

确如《长江日报》评论员文章所说：“好的音乐家，不会在纯净音乐之上赋予更多的意识形态内涵。”不过，《长江日报》又强调：“岁月流逝，容颜易老，但曾经感动我们的歌声，经久难忘。为庆祝共和国60华诞，武汉万科联合本报共同主办‘万科红歌会·我为中国唱’活动。”“红歌会的火爆，是对往昔峥嵘岁月的缅怀，更是一种红色精神的回归。红歌的传唱，在一定程度上填补了当今社会的人们一些精神上的缺失。”“红色歌曲传递着一种精神，越听越亲切，越唱越有劲儿，它们让人感动，带给我们勇气。”（“武汉万科联手本报，大家一起唱‘红歌’”，2009年9月11日《长江日报》）“1958年12月，由两百多名将军们组成的‘将军合唱团’，用嘹亮的歌声鼓舞了无数的中国人，那质朴而又充满豪情的歌声唱出了人民军队的本色，唱出了人民军队的光荣传统。半个世纪后，将军的后代们带着对父辈的怀念和敬仰走到了一起，组建了‘将军后代合唱团’，立志像父辈一样用歌声传承着爱国精神，鼓舞人们的斗志。”（“将军后代合唱团，下月来汉放歌”，2010年1月28日《长江日报》）

宣传“唱红歌”的意义时，强调音乐之上的各种“意识形态内涵”；而为郎朗此次选曲辩解时，则强调不应“在纯净的音乐之上赋予更多的意识形态内涵”。其实，各种观点自有理由，但逻辑自洽，应是基本点。

晚清的贿赂名堂



史苑漫谈
侯宜杰
中国社科院近代史研究所研究员
houyijie@163.com

贿赂行为自古就有，历来不断，其名堂始于何时，则无从查考。笔者孤陋寡闻，见到贿赂名堂出现于正史之中的是明朝嘉靖年间。据《明史·杨允绳传》记载，总督和巡抚到职的时候，照例要贿赂权要，名为“谢礼”；有所奏请，也要贿赂，名为“候礼”。及其任满营谋升迁，或是避难求去，或是犯罪想着补救，或是做错事情希图庇护，那就“输贿载道”，花钱更多，只是这些均无什么名堂了。督抚行贿的钱来自哪里？当然是下属奉献的，所以总督、巡抚也是受贿者。

晚清的贿赂名堂很多，而且还都有个很好听的名字。如过年送钱叫“年敬”，过节送钱叫“节敬”，夏天送钱叫“冰敬”，冬天送钱叫“炭敬”，喜庆事送钱叫“喜敬”，送给女人的叫“妆敬”，送给读书青年的叫“文仪”，送给门房叫“门敬”，送给仆人的叫“跟敬”。另外尚有“陪敬”、“菲敬”、“别敬”等等。至于专门为买官、免罪等等而进行的私下交易，有什么名堂那就不得而知了。

当时的京官俸禄不高，“养廉银”也不很多，又没有条件搜刮民财，生活一般并不富裕。地方官为了到京里顺利办事，找到他们都有点馈送，他们也就乐得接受。地方官送给他们钱，平常有所谓“三节”、“两寿”。“三节”指端午节、中秋节和年节，“两寿”指受贿者本人及夫人的寿辰，再就是夏天和冬天各一次的“两敬”。这些均属于普通的馈送，少则几两，多则十几两，算是照例。到了后来，就逐渐增加到百两、千两，乃至万两了。

至1903年，庆亲王奕劻当上首席军机大臣，也就是政府的首脑以后，情况再度发生突变。奕劻以贪赃枉法著称于世，馈送几两、十几两的固然要，万两、几万两的也要，少也不嫌，多则更好，细大不捐，来者不拒。在他当上首席军机大臣之前，直隶总督兼北洋大臣袁世凯听说首席军机大臣荣禄病危，奕劻将要进入军机，马上派杨士琦带银十万两送去，并对他说：“袁宫保（世凯）知道王爷不日必入军机，在军机处办事的人，每天都得进宫，伺候在老佛爷（慈禧太后）左右的许多太监们，一定向王爷道喜讨赏，这一笔费用也就可观，所以这些微数目不过做王爷到任时零用而已，以后还得特别报效。”奕劻从未一次得过十万两，当即笑嘻嘻地接受了。此后庆王府的年节、生日、请客、婚嫁、子孙满月及周岁，一切费用，都由袁世凯包了下来。

奕劻当上首席军机大臣，更加肆无忌惮，上行下效，以致整个官场贿赂成风，官以价论，政以贿成，腐败透顶。对此，朝野皆不讳言，谁都承认：“今日之政府诚腐败，且腐败至不可收拾。”（《今日政府之真相》，《大公报》1910年3月10日）“在上者卖官鬻爵，贿赂公行，坦然无可忌惮；在下者辇金载宝，钻营奔竞，恬然绝无羞耻。”（茶圃：《论筹备立宪当先整肃纪纲》，《国风报》第1年第17期）只要能够得到富贵，虽“巨奸大猾，俯首摇尾，不以为辱。”（《清末筹备立宪档案史料》上册，126页）“上以贿求之下，下以贿献之上”，“衣冠之俦，官署之中，宴会之场，莫不曰运动、运动。”（《论贿赂为宪政上之最大障害》，《大公报》1910年1月17日）官场变成了“运动场”，“交易所”。

这些人整日忙于收贿行贿，钻营夤缘，拍马逢迎、看戏、打牌、上馆子、逛妓院，不仅没有精力研究宪政，把预备立宪搞好，而且十分害怕民权发达以后丧失权位利禄，视立宪如洪水猛兽，嫉之如蛇蝎，恶之若仇敌，千方百计进行阻挠破坏。

对于吏治腐败黑暗，朝廷是清楚的，也曾三令五申进行整顿，然而病入膏肓，没有多少成效，腐败反而更甚。广大民众恨透了当官的，把官场比之为“如虎之猛”，“如狐之媚”，“如蛇之狡”，“如虿（蝎子之类的毒虫）之毒”，“如无知之偶（木偶）”，“如钻泥之鳅”，“如黑暗之洞”，“如无底之渊”，“如谷木之蠹虫”。（《官场九如颂》，《大公报》1904年5月5、6、7、8日）他们愤怒地指出：“呜呼，官诚今日中国之蠹哉！”（《中国今日之官箴》，《神州日报》1908年4月25日）他们说：“做官的对待小民直如同牛马，比奴隶还不若”，“小民还说做官的好吗？那一切的感情还好得了吗？你瞧现在无论什么报纸上，只要一讽刺做官的，是看报的人就没有不拍手喝彩的。不怕有三五个人交谈，但是一提到官场一层，你就去听吧，没有说好话的，这种现象大概得属我们中国为尊了。现在小民视官长如仇敌……中国做官的确是国民的公敌。”（《论中国国民对于官场感情最恶的原因》，《京都日报》1909年10月20日）

> 晚清的贿赂名堂很多，而且还都有个很好听的名字。如过年送钱叫“年敬”，过节送钱叫“节敬”，夏天送钱叫“冰敬”，冬天送钱叫“炭敬”，喜庆事送钱叫“喜敬”，送给女人的叫“妆敬”，送给读书青年的叫“文仪”，送给门房叫“门敬”，送给仆人的叫“跟敬”

晚清的贿赂腐败现象，现在也被某些官员创造性地发展了。在下非官场中人，难窥其中奥秘，仅从传媒上了解一点皮毛，即使如此，也可看出现在有些官员已远远超越其晚清前辈了。晚清时，所谓“两寿”，是指行贿者在受贿者本人及其妻子的生日送钱；而今有些官员除了在本人及其妻子的生日收受礼金，还扩而大之，利用父亲、母亲乃至岳母、孙子、孙女的生日，每年主动摆上几场“生日宴”，广发请帖，邀请熟人及做生意的商人前来祝贺，借此大捞钱财。“三节”送礼是晚清时的规矩，如今又多了因病住院、外出开会、进修学习等等收受下属送钱的“机遇”，不过名称变成了“慰问金”。晚清时地方进京行贿多在逢年过节，而今临时办事都要“跑部钱进”。县一级的“跑省进厅”也是如此。行贿受贿的方式也花样翻新，除了金钱交易、高档礼品，还有礼卡馈赠、豪宴邀请、美女陪伴和免费旅游等等，这种新型方式具有更强的隐蔽性和迷惑性，因而也更保险、更可明目张胆地大行其道了。或许这也算是“与时俱进”吧。

民粹主义急流涌动



八种思潮
马立诚
评论家,原《人民日报》评论部主任编辑
mlc6280@163.com

毛泽东曾说:“民粹主义在中国与我们党内的影响是很广大的”,“在农民出身的党员占多数的党内是会长期存在的”,“所谓民粹主义,就是要直接由封建经济发展到社会主义经济,中间不经过发展资本主义阶段。”(《毛泽东文集》第3卷275页)毛泽东还说,民粹主义最终会变成反革命。

毛泽东对民粹主义的定义,与俄国历史密切相关。

十九世纪下半叶,俄国部分知识分子受西欧空想社会主义思潮影响,否定资本主义道路,认为俄国不必把西方道路“重复走一遍”,不用再次踏入“罪恶的、鲜血铺就的”资本主义河流(赫尔岑《俄国》),而是可以绕过资本主义,直接由村社过渡到社会主义。赫尔岑与车尔尼雪夫斯基的“村社社会主义”理论就是代表。赫尔岑在《往事与随想》中说:“俄罗斯民族生活的合理而自由的发展是与西欧社会主义理想一致的。”

列宁和普列汉诺夫多次批评这种理论,指出资本主义在俄国的发展是历史的必然,俄国社会发展不可能“绕过”资本主义阶段。

1881年3月,俄国民粹派组织民意党用炸弹炸死开明的沙皇亚历山大二世。亚历山大二世遇刺当天还签署文件,决意推行君主立宪改革。一名法国外交官沉重地说:“他死的那天早晨,正着手进行一项改革。这一改革本可以使他超越一切人,他本来可以使俄国从此在现代化的道路上稳步前进,这一改革就是君主立宪。可是无政府主义者却杀死了他。”

暗杀狂潮凸现了民粹主义另一特征,热衷于暴力和“推倒重来”。

虽然列宁批判过民粹主义思潮,但俄国布尔什维克在1917年夺取政权之后,用武力消灭资本主义,强行向社会主义过渡,又走上了民粹主义道路。

根据列宁、毛泽东对民粹主义的定义,中国社会科学院院长胡绳1999年3月发表《毛泽东的新民主主义论再评价》,批评孙中山和毛泽东的民粹主义。胡绳说,在中国革命过程中,一味斥责资本主义的罪恶,呼唤立刻实行社会主义,就是“染了民粹主义的色彩”。比如孙中山说,趁资本主义还少甚至还没有的时候,赶快搞社会主义革命。胡绳说,孙中山“不可能懂得,资本主义不能只被看作一种罪恶,它能为社会主义提供必要的物质准备。”胡绳还说,毛泽东在1953年就宣布全面社会主义改造,步骤过激。另外,1958年,工业化才发端,毛泽东就说人民公社能够进入共产主义,这种“穷过渡”,是民粹主义。胡绳说:“如果认为趁资本主义还少,还没有发展起来,就可以马上过渡到社会主义,这就是倒向民粹主义。”

胡绳还说,太平天国消灭工商业和杀富济贫的绝对平均主义,也是民粹主义。

当然,民粹主义并非只有上述俄国一解。

学界公认,近代以来有两次民粹主义代表性运动。一是19世纪末,美国西南部人民党的激进运动和俄国民粹派知识分子“到民间去”,鼓动农民革命的风潮;二是20世纪中叶,拉丁美洲的庇隆和阿连德所领导的民众运动。目前,处于转型期的世界,正逢第三次民粹主义复兴高潮,民粹主义再度成为人们关注的热点。

民粹主义在不同国家、不同历史阶段有不同的表现形式。概括起来,当代民粹主义有以下五项内容。

一是极端平民主义,反对精英主义。以穷人的是非为是非,“卑贱者最聪明,高贵者最愚蠢”。民粹主义常常打出“人民”的旗号否定精英在社会发展中的作用。

二是反对间接民主基础上的代议制民主,要求普通民众直接参与政治决策过程,即直接“大民主”。

三是要求“均贫富”,实现财富均等。“同样是人,有人富甲天下,有人一贫如洗,这太不公平了!”民粹主义注重的不是起点平等即机会均等,而是结果均等,因此不惜以无偿没收等暴力手段实现均富目标。

四是视革命道德至高无上,而且认为道德只存在于底层大众之中,“群众运动是天然合理的”,底层大众的裁决就是正义。民粹主义者鼓吹革命道德高于法律,高于程序,特别崇拜那些从底层崛起的道德型、魅力型领袖。

五是诉诸暴力,热衷于推翻、革命。只要称之为“革命行动”,哪怕杀人放火,也是正义。

就中国情况来看,有学者指出,十月革命也给中国送来了民粹主义。比如滥用暴力,铲除私营经济,甚至消灭地主、富农和资本家等等,这些做法给中国造成了深远的负面影响。以五四运动为例。近年来,除了朱学勤等人引述梁漱溟当年对学生的批评,质疑火烧赵家楼以及殴打章宗祥的暴力行为之外,江苏学者胡传胜又在《开放时代》2010年8月号发表文章《五四事件中暴力行为再反思》,这是多年来就此问题反思最深刻的文章。

胡传胜说,多年来,五四运动中的暴力行为与政治行为被混为一谈,政治事件的合理性遮蔽了暴力的残忍性与犯罪特征。虽然暴力发生在爱国运动之中,但二者毕竟不同,再崇高的目标也不能作为侵犯具体个人的借口,纵火与伤人必须受到惩罚,否则公共生活必然陷入野蛮状态。当人们以至善的名义对一个被称为“罪大恶极”的人(在五四运动中,类似形容词仅表示人们对他们不赞同而已)进行袭击的时候,社会文明不可能得到提升,这种袭击本身也会使人性善毫无价值。以放火伤人的行为作为某一历史阶段的开端,预示着某种令人不安的东西。

胡传胜认为,当时为暴力辩护的傅斯年、罗家伦、陈独秀等人的民粹主义言论是“极其令人恐惧的”。比如罗家伦说:“这次学生虽然没有把他们一个一个地打死,但是把他们在社会上的偶像打破了!以后的社会制裁,要更多哩!”陈独秀说:“对于社会与国家的黑暗,由人民直接行动,加以制裁,不诉诸法律。”胡传胜赞同梁漱溟与胡适。当时梁漱溟说,伤人应该受到制裁,不能以公意为理由横行,纵然是罪大恶极的人,在罪名未成立时,仍然有他的自由。胡适说:“现在学生会议的会场上,对于不肯迎合群众心理的言论,往往有许多威压的表示,这是暴民专制,不是民治精神。民治精神的第一个条件,就是要使各方面的意见,都可以自由发表。”

胡传胜说,公民社会得以成立的条件是,法律秩序高于或优先于政治秩序,这是政治文明的保证,否则,政治上互相冲突的群体就会陷入混战。五四游行者提出自己的政治主张,对政策制定者进行指责,但他们并不具有实施暴力的合法依据。如果认为游行者就是民意代表,他们的要求就是最好的法律,他们说政府如何构成就应该如何构成,那么这不是说理,而是强制。其结果必然是谁能打谁获胜,谁就是民意代表。这是成王败寇、改朝换代的观念,不是公民理论。当赵家楼火光升起,章宗祥被痛打时,人的尊严与自由也就被击破了。采取暴力方式,不管它有多大政治上的必要性,都是不文明的,受到危及的是政治表达本身,这是现代中国最重要的教训之一。胡传胜认为,大众的抗议,应该在游行示威和自由言论的范围内表达,超出这个范围的暴力,应负法律责任。

毋庸讳言,上世纪二十年代中后期湖南农民运动存在同样的问题。毛泽东在《湖南农民运动考察报告》中说,农会权力无上,不许地主说话,动不动捉人戴高帽子游乡,将地主打翻在地,再踏上一只脚。“湘潭的晏容秋……由农民自己动手枪毙的。宁乡的刘昭,是农民直接打死的……”“土豪劣绅的小姐少奶奶的牙床上,也可以踏上去滚一滚。”

这种不经任何法律程序就滥施私刑强夺别人生命的民粹暴力,只能导致社会退步和以暴易暴的恶性循环。最近,秦晖在《历史的启迪:再谈俄国的改革与革命》一文中说:“中国的地主是上千年土地私有制下自然形成的,其土地基本来自继承与购买,靠强夺公产形成的权贵地主很少。”对于这种产权关系,用杀人抢夺的“砸烂”办法无偿剥夺推倒重来,显然不如台湾上世纪50年代的土地改革更趋合理。阿城曾在《收获》杂志撰文说,大规模消灭地主,等于消灭了农村精英和善于经营农业经济的企业家。另外,就小姐和少奶奶而言,假如“土豪劣绅”的小姐并未成年抑或并无犯罪事实,为什么也要“踏上去滚一滚”呢?这只能表露出性虐待意识和民粹主义攻击人性的破坏性。

> 民粹主义在表面上是激进的,而在骨子里,是害怕竞争的保守力量,因而具有深刻的反市场倾向和反现代化倾向。尤其是,当大众被某些魅力型领袖控制利用的时候,民粹主义群众运动往往成为强制意志统一、压制个人权利的反民主的专制手段

自上世纪50年代中后期起,左倾思想抬升走高,民粹主义也同步膨胀。除了在农村消灭私营经济之外,在城市中也一步步铲除了私营工商业,随之而来的大锅饭,排除市场竞争,乃至于在农村消除家庭功能大规模举办公共食堂,在城乡无偿征收家庭财产“大炼钢铁”,都是浓墨重彩的民粹主义。

“文革”更是民粹主义大爆发。所谓“知识越多越反动”,指知识分子是臭老九,打倒一切“学术权威”,把他们赶到农村接受再教育,派工人、农民和军人接管全国大中小学等反智主义行径;在全国普遍开展“两条道路大辩论”,“割资本主义尾巴”,彻底消灭残存个体商业,取消农村自留地,在城市中停发因公私合营赎买政策而给予私营业主的定息等极左行径,以及“全国红五类行动起来”、“打倒走资本主义道路当权派”、“砸烂公检法”等口号和运动,都是民粹主义典型表现。

当今中国实现市场经济转型,民粹主义再度抬头。贪污腐败、贫富分化、司法不公、暴力拆迁、官黑勾结等问题,形成了有利于民粹主义滋长的土壤和气候。老左派高分贝咒骂当今中国已经复辟资本主义,由此出现的毛泽东热、“文革热”,以及一些人主张的“没收房地产商的房子无偿分给最需要房子的穷人”、“无产阶级群众运动万岁”、“再来一次‘文化大革命’,打倒走资派”,就是民粹主义崛起的例证。在民粹主义的涌动中,一位著名作曲家在2010年说:“‘文化大革命’好!‘文革’中破四旧、立四新,打倒反动学术权威,打倒走资本主义道路的当权派,都是打倒有权有势有钱的人,打倒了他们,穷人才能出头。不然的话,我们这些穷小子哪有翻身的机会?”

民粹主义的言论集中在互联网。近年来网上最著名的民粹事件之一,是“炮打茅于轼”。2006年到2007年,经济学家茅于轼先后发表《只有富人得到保护,穷人才可能变富》、《关于民企原罪问题的对话》等文章,提出了“替富人说话、为穷人办事”的观点,引发网上洪水般批判浪潮。评论家笑蜀撰文说,以穷人的名义炮打茅于轼“渐成时尚”。一些匿名网民以“老不死”、“王八蛋”、“汉奸”、“精神病”等恶毒的语言咒骂茅于轼,不堪入目。以至于一些支持茅于轼的人希望他不要看网上的评论,以免精神受到刺激。

其实,学界公认茅于轼德高望重。茅老不但对穷人深表同情,而且身体力行,顶着“非法集资”的罪名,与汤敏等人在山西创立小额扶贫贷款试点,支持贫穷农民改变命运,并在北京创办富平家政学校,培训贫穷的农村妇女增长技能,进城从事家政服务。像茅老这样坐而言、起而行的学者,实在不多,然而愤青仍然狂啐唾沫,缘由何在?是否富人群体中贪赃枉法者很多,导致如此恶意攻击?但茅于轼说得很清楚:“我这里所说的富人不包括贪污盗窃、以权谋私、追求不义之财的那些人,而是指诚实致富,特别是兴办企业致富的企业家和创业者。”

茅于轼说,现在为穷人说话的已经很多,然而很多人不了解的是,中国民营企业家经营环境十分凶险,不但遭受苛捐杂税的盘剥,还受到国企挤压和腐败官员榨取,稍有不慎就可能一败涂地,为他们争取公平公正的待遇是应当的。茅于轼这些话说得没有错。富人和穷人有同等权利,不能因为是富人就不能为他说话。陈志武说:“我们都应该像尊重穷人的权利一样尊重富人的权利。试想一下,如果今天因为张三富有,就对他另眼相看,那么明天会不会因为李四是知识分子而把他打成臭老九?”秦晖在一次演讲中说:“茅先生的意思可能是觉得现在穷人富人面临的问题不同,富人(守法的富人)的财富合法性受到质疑,需要为之辩护,以免其权利受到侵害,而穷人主要面临的是社会保障的问题,因此需要人们为他们多办一点实事。”然而,尽管把这些道理都摆在桌面上,痛骂者依然痛骂。人们从中领教了民粹主义非理性的狂热。

与此相关联还有轰动一时的“富人原罪论”。2004年,媒体热炒私营企业主的“原罪”,引发激烈争议。原罪是指一些私营企业主“第一桶金”来路不明。一位叫陈仓的作者在南方日报发表文章描绘原罪众生相:利用价格双轨制牟利的倒爷,倒卖农地的影子老板,强制拆迁的恶霸,上市圈钱坑害股民的财富枭雄,官媒勾结的黑心老板,黑白两道的刘涌式企业家,赖昌星式走私巨富……这些问题无疑存在,但是否就应以此概括所有私营业主?另外,也应考虑到上世纪80年代初不利于民营经济的政策环境。

然而,就有人发表文章说,要彻底清算私营资本,再来一次“文革”,把国门一封,搞工作组,从20年前开始查,谁下海了,追出来,一笔一笔彻底查,没收他们的财产。这场争论由于河北省出台一个不支持追溯原罪的文件“30条”和胡德平等相继发表不赞成原罪说的文章而逐渐淡化,但仍然在当代经济史上划出了民粹主义的痕迹。

2007年,重庆“最牛钉子户”拆迁事件中,法学家江平主张按法院裁决办事,也遭到网上痛骂。江平在2010年出版《沉浮与枯荣》一书坚持自己的观点。他说,应当执行法院的判决,至少在目前体制下没有其他办法。江平说,任何社会都要有一个基本秩序,需要有一个理性解决办法,这就是由法院最终裁决。关于拆迁的补偿标准和拆迁是否涉及公共利益的问题,在争执不下的情况下,应由法院最后裁定。被拆迁的吴苹一家人说政府提出的“拆迁涉及公共利益”的说法不能成立,难道吴苹说不能成立就不能成立吗?什么是社会公共利益,不是个人决定的,应由法院决定。法院已经做出裁决就应当执行,这是最后的权威。如果法院的裁决不算数,社会就会陷入混乱。

另一件涉及江平的争论是杨佳上海袭警案。一些人“坚决反对判处杨佳死刑”,江平却认为,尽管上海司法系统在杨佳案审判过程中存在许多问题,比如相关证据不公开,审判过程不公开等,但杨佳杀了人,判处死刑不存在问题。江平在一次演讲中说:“同意上海高院的判决结果”。一位出席演讲会的男士对江平说:“我非常尊重您在中国法学界的泰斗地位,您前面的讲话我都赞同,但是您在杨佳案件上的观点我不同意。假如我手里有一个鸡蛋,一定会向您扔过去。”

平心而论,江平所表达的意见,也有“忍痛”成分。他自己也说,上海高院的判决在程序上有问题。这些问题,正是民粹勃兴的导火索。所以,在批评民粹的同时,应当督促司法体制改革,这才是解决民粹问题的途径。

近年来,互联网在制约权力、促进社会进步的同时,也成了民粹主义行刑场。贵州一官员全家被杀,网上欢呼:“只要是杀官家,我就举双手赞成!”

民粹主义是对社会不公以及腐败的抗争手段,但是它解决社会问题的办法常有破坏性,结果把社会拉向后退,给民众造成更大的伤害。吴稼祥说:“民粹主义思潮对于社会,既有正面作用,也有负面作用,但对于制度化程度越低、转型越不彻底的社会,负面作用越大。”

民粹主义更多是激情的、浪漫的、非理性的。它在表面上是激进的,而在骨子里,是害怕竞争的保守力量,因而具有深刻的反市场倾向和反现代化倾向。尤其是,当大众被某些魅力型领袖控制利用的时候,民粹主义群众运动往往成为强制意志统一、压制个人权利的反民主的专制手段。就此而言,民粹主义并没有核心价值观,也不是一种独立的意识形态,因此有人称民粹主义是一种“空心化”的政治工具。你看,民粹主义者常常高举反对压迫、要求公正的旗帜,但从上面举的例子可以看出,他们对于自己的对手或想象中的“敌人”所采用的手段,是不是新的压迫和新的不公正呢?

“允许一部分人先富起来”,是精英主义。中国改革的最大变化之一,是以精英主义取代民粹主义,结果是财富喷涌,经济暴涨。但是,精英群体也是鱼龙混杂。当精英联手维护自身利益走向特权和腐败的时候,也会刺激民粹主义,给社会造成不幸。就社会变革而言,精英的主张常常是温和的渐进的,但不应将渐进作为保护自身利益拖延变革的借口。中国历史反复告诉我们,如果不积极推进理性变革,未来有可能出现大的动荡,精英群体也将遭遇重创。

基业长青——剖析西门子家电起舞中国之道

2010年在日趋激烈的市场竞争中,西门子家电独占鳌头,焕发出全新活力,一举创造了销售额同比增长26%的佳绩,全面兑现年初“两位数增长”的承诺。根据CMM数据,截至2010年10月,西门子冰箱和滚筒洗衣机的销售额各占据13.6%和24.8%的市场份额,处于外资品牌和整体排名的领先地位,以出色成绩继续领跑中国家电市场。



智者千里——不懈革新的德国贵族

在突飞猛进的中国家电业,西门子家电既是沉稳踏实的领导者,又是执意进取的革新者。2010年,西门子家电在世博“天下一家”馆亮相高度智能的I-Fresh冰箱,以创新的3G、联动技术,将多媒体、交互式体验带进厨房,全面革新了人们对冰箱和厨房的认知。

此外,博西家电整合了各事业部研发机构,进一步壮大了其产品研发与设计团队。强大的技术力量为西门子家电摘取了沉甸甸的果实。同年,西门子家电的3D空气冷凝式洗衣干衣机、Digi系列厨电、燃气灶、抽油烟机等多款产品先后摘取IF和红顶奖等重量级国际奖项,可谓收获颇丰。

行者无疆——健步如飞的产业巨人

2010年,博西家用电器投资(中国)有限公司成立。新成立的投资公司将以强大的融资能力和资源整合能力为西门子家电今后在中国市场的业务发展提供保障。同年,位于南京家电园的洗衣机工厂进行了扩大产能的投资,安装了第二条生产线,于11月开启两条生产线运行。而将在滁州投资建设的新冰箱生产基地也将向全国输出基于全新技术平台的高端冰箱产品。

“在未来五年中我们要实现销售收入翻番的宏伟目标,预计在2015年我们将超过德国,成为博西家电全球最大的市场。”博西家用电器(中国)有限公司总裁兼首席执行官盖尔克先生说。

锐意无阻——永不停步的行业先锋

2010年,西门子家电以更全面的产品布局、以及更大胆的渠道和营销策略在市场战役中大获全胜。

11月4日,西门子家电在杭州富春山居发布了IC5极光系列嵌入式厨电,以高端厨电和整体厨房理念引领厨房电器消费潮流。此外,西门子还在加深与地产商合作的同时大力促进行业标准化的推行。

此外,西门子家电也上线了更加大胆的渠道策略。2011年,西门子家电计划在北京等一线中心城市开设第二批旗舰展厅,更准备大胆试水电子商务,为其即将上线的小家电产品建立高效经济的互联网分销渠道。

与此同时,为了赢得更多逐渐成为消费主力的年轻群体,西门子家电大胆开展网络营销、娱乐营销和文化营销,建设“西门子创意工厂”迷你站,试水话剧和网络剧营销,更在著名的北京798艺术中心成立西门子家电艺术空间,在帮助年轻艺术家发展的同时为贫困地区的人们提供切实的帮助。这一系列大胆举措为西门子成功俘获年轻消费者的芳心,使西门子家电成为新新人类最in生活方式的代名词。

面对挑战,西门子家电将继续坚持以创新技术树立行业典范、以人性化设计引领消费潮流,通过持续的研发投入,开发出更多适合于中国消费者的绿色产品,进一步兑现低碳承诺。

AD



银幕上的疯男人

王绥琛 / 文

影片《非诚勿扰 2》因为植入太多广告,引起观众不满。人们当然可以理直气壮地说,我买票进电影院,买的是电影,而不是广告。那么电影与广告的区别在哪里?在电影中植入广告对于电影的损害是什么?

电影由一定的时间长度构成。在时间轴线上出现的每一个镜头,都不是单独存在的,而是与其前后的其他镜头,组合成一种上下文的关系。因而,它的含义,只有在上下文的关联中,才能够“挤压”出来。比如,观众看到镜头特地停留在桌子上的一把手枪上面,这不会是无缘无故的,到一定的时候这把手枪就要发挥作用。

“后来呢”?“为什么”?观众是带着这样两个好奇心,耐心地坐在电影院里。他们急切地想跳入下一个单元,将事情弄个水落石出。他们的记忆力在这里非常重要。只有理解并记住了前面发生的事情,能够搜集和提炼前面发生事情所携带的能量,将它们加在一处,才能够理解后面所发生的事情。有些故事比较复杂,假如观众无法消化前面的交代,后面的叙述就叠加不上去。比如有人看不懂《盗梦空间》。其实该导演克里斯托弗·诺兰的另一部影片《失忆》(2000,又译《记忆碎片》),才更加深邃复杂。

这个叫做叙事。叙事是在时间的轴线上依次打开,前后关照呼应。衡量某个镜头好不好,不是看它本身是否光洁甜美,而是看它在上下文中是否起到衔接、过渡的作用,是否承接了上文并带出下文。从这个角度看过去,在电影中植入广告,是明显损害电影的。那就是损害了正在前进中的叙事,将一个正在前进中的过程打断,将观众的注意力带向别处。

舒淇扮演的笑笑所用的那个手机,是联通版的诺基亚摩卡棕 C7,影片中给了一个特写。如果不是广告,按照一般电影的逻辑,这个手机就应该有什么特别含义:它或许是这个世界上唯一的、绝版的?或者手机里是否有什么特殊装置、在下一步情节能够发挥什么特殊作用?如果都不是,那么给予这个手机那样重要的镜头,只能说明这位导演对于自己的影片毫无信心,不得不运用商业广告这样背叛电影的方式来赚钱。

而影片中出现众多旅游场所的广告——恕不在这里一一写出,免却接着做广告的嫌疑,则是对于电影本性的进一步否定。广告的目的是“推销产品”,手段是“包装”,是假装弄得美轮美奂,光滑无暇,而回避或掩盖其实际上的缺陷。而电影这个东西,自从发明以来,就有一层“揭示”的功能。

揭示生活或周围环境中那些未被关注的事物,那些熟视无睹、视而不见的事物,那些漫不经心的、含糊不清的事物,那些飞鸟一般转瞬即逝的事物,在生活里那些人们更愿意掉过头去而不愿见的触目惊心的现象。电影不仅让人们“看见”,这种看见还有助于破除人们头脑中的已有的定见和偏见,拓展他们的头脑和视野。

“电影艺术家犹如一个富有想象力的读者或一个难以抑制其好奇心的探险家”,克拉考尔说。这本中文译本出版于 1981 年的电影经典著作——《电影的本性——物质现实的复原》,由电影前辈邵牧君先生翻译,对于一代中国电影人产生过重大影响。至少,对于受意识形态浸淫太深的人们来说,这本书有着重要的思想解放意义。克拉考尔想要告诉人们,世界是一个比个人更大的存在,有太多东西仍然在人们目前的视野和触摸之外。它不是一个封闭的系统,我们个人也是。我们能够看到的东西极为有限,因而是有待打开的。

在克拉考尔看来,电影中的街道与人的面孔具有特别重要的意义。街道上充满意外不定,行走的人群会突然奔跑起来,树叶会卷起,风高高地吹过屋顶,这些与运动影像是如此般配。而人的面孔及身体所蕴含的含义,往往是这个人本身所不知道的,远在他本人的意识之外,具有某种独立性。在这方面运用得特别突出的是法国导演布莱松,这位一生只拍过十二部影片的人,被戈达尔誉为“导演中的导演”。他从来不重复起用同一个演员,他认为每一个人的面孔所包含的意义,是独一无二的、不可重复的,因而不能带进第二部影片。也许越是优秀的影片,越具有拓展性的影片,便越是接近克拉考尔的理论。

用旅游广告将自己包装起来,这部影片环境的封闭性与人物本身的封闭性,倒是完全一致的。将这部影片看成是编剧王朔本人的“道歉与告别”,有相当的道理。它处处留下了当年顽主的浓厚气息。离婚典礼、试婚、人生告别会,它们之间并无内在联系,但是有一根红线将它们串了起来,那就是“恶作剧”。不同的是,这回“使坏”的对象不是他人,而更像是针对自我的反讽揶揄。

收拾的是自己的破碎山河。虽然表面上故事情节在往前走,但是每一句话、每一个设计背后,都包含了人物的过去,以过去的某些伤痛作为铺垫。秦奋与笑笑的试婚,既不是蜜月的开始,也不是七年之痒的开始,而是从白头到老开始,从坐轮椅开始。轮椅这个道具在影片中被反复使用,后来得了绝症的香山也是坐在轮椅上。如果是一个对于中国所知无多的外国观众,看了这部影片,也许会认为中国的男人对于轮椅有一种偏爱,或者中国是一个出口轮椅的大国。

轮椅是一个什么地方?身体被囚禁住,腿部丧失力量,胸部往下塌陷,这是一个自溺的动作。对于秦奋来说,是一个自恋的举动。他完全好好的,却希望别人拿他当末代皇帝一样伺候。坐在轮椅上像婴儿一样四肢无力,让他觉得很受用。他太珍惜自己了,一点力气都舍不得付出,试婚之夜他趴着睡着了,用今天流行的话来说,真不“给力”。

他呈现“去势”,完全丧失行动能力。但是他又不愿意独自面对,他需要女人,是需要一个说话对象,更准确地说,是希望听到自己说话的回声。与秦奋演对手戏的笑笑,是一个女版的王朔。这让人想起那部也是王朔编剧、徐静蕾导演的《梦想照进现实》(2006),那是在一个幽闭房间里的性别战争,其中徐静蕾扮演的女主角,也是一个王朔的传声筒,女顽主。她们看上去的个性,是别人从外部贴上去的。

这个人也需要观众,需要掌声。即使他内心已成为一片废墟,他也要让别人看到这堆灰烬。他认为别人有责任有义务为他本人的这堆废墟负责。死亡本是一件最为私密的事情,是真正属于自己唯一的事务,影片中却拿出来大肆渲染,赚得众人一片唏嘘。真是赚足了。这个貌似独特的情节,颇像电视上朱军主持的“艺术人生”,与此有一拼比。

那个叫做香山的男人,其实也是同一个人的不同分身而已。影片中所有这些人物说话怪怪的,做事怪怪的,仿佛处在一个颠倒了的世界当中,其中的规则就是反规则。这个“反”法本身,只是将事情简单地反转而已,你说结婚他说离婚,他把那个结局事先想好了,将它放在前面而已。观众感到乖戾、乖离和反常,并不能走进这样的世界。

在轮椅上耽于幻想,耽于自恋,将女性作为自己幻想的回音壁,这样的人当然不能算是中国男人的标本,否则在中国大地上,就不会出现这样巨大的变化了。但他是这样一类人的某个标本,那就是男性作家。资深的、有了许多晦涩浑浊经历的男性作家。当人们在创造这个世界,这个人在创造有关自身的幻想。

一般来说,这没错。一个作家靠想象力为生。他一不会做工,二不会种地,三不会打仗,但他能够将不在眼前的东西,拉到眼前来,对它们加以细细描绘。他能够看见别人看不见的东西,那些人物、场景、风景、物件。就像被一群幽灵所环绕,他与它们交谈、寻找出它们的轮廓,将它们捕捉到纸上。那些影子仿佛是生了根的,他视它们为更加真实的存在。在这个意义上,这些人们处在一个头足倒置的世界里,也有点像海市蜃楼,只有他(她)自己能够看见。

问题在于一个好的作家,如果他拥有足够的天分,他会善用他的天分,他便能够分得清楚什么是想象,什么是现实;什么是自己,什么是他人,在这两者之间建立清晰牢固的界限。他能够做到如何不把头脑中的想象,当做现实本身;也能够做到尊重他人的界限,不要以为他人都像自己一样,自己的伤痛就等于别人的伤痛,自己的反省就等于别人的反省,自己的人生得意也成为别人的得意人生。

最典型的分不清幻想与现实的例子,莫若西班牙作家塞万提斯笔下的堂·吉诃德。这位来自乡间的愁容骑士,读了太多当时流行的骑士小说后,戎装上路,始终不明白自己的敌人到底是真实存在的,还是头脑里构想出来的。在那个布满癫狂想象的中世纪年代,这种现象也许带有某种普遍性。人们头脑中不是这样的幻象,便是那样的幻象,认为它们就是现实。

但是,能够创造出这个癫狂形象的西班牙作家塞万提斯,他本人不疯不癫,他有着健全的理性,练达的智慧,冷静的目光,透彻的观察能力与清晰的描绘能力。他不是与自己笔下的人物一起撒野撒疯,而是揭示出这种人性的蠢行,不能驾驭自己头脑的蠢笨,将现实与幻想混作一谈的弱智。他没有动员读者一起加入这种癫狂,而是在癫狂的行为与读者面前,拉起一道黄色警戒线。

事到如今,传媒手段也发生了巨大变化。一个人可以将他自己在轮椅上的幻想,他的自溺、自恋、自怜,放大到银幕上,让观众来欣赏。比较起同样也是人生回顾的影片《镜子》(塔尔科夫斯基,1974)与《野草莓》(伯格曼,1957),这部《非诚勿扰 2》像是一个幽闭环境中做出的幽闭之梦,它不是喜剧片,有点像关于白头宫女的恐怖片。

事到如今,传媒手段也发生了巨大变化。一个人可以将他自己在轮椅上的幻想,他的自溺、自恋、自怜,放大到银幕上,让观众来欣赏。这部《非诚勿扰 2》像是一个幽闭环境中做出的幽闭之梦,它不是喜剧片,有点像关于白头宫女的恐怖片



第六届中国·企业社会责任国际论坛
转变2010:发展与责任的考量
分论坛一 走出去:复杂相关方的相融之道
分论坛二 低碳发展的道与度
北京 钓鱼台国宾馆 芳菲苑

■ 2010最具责任感企业:国家开发银行股份有限公司、中国工商银行股份有限公司、中国建设银行股份有限公司、中国海洋石油总公司、中粮集团有限公司、中国中钢集团公司、中国南车集团公司、中国平安保险(集团)股份有限公司、联想集团、大众汽车集团中国、现代汽车(中国)投资有限公司、安利(中国)日用品有限公司

■ 指导单位:国家发改委、商务部、国务院国资委、国家工商总局、国家质检总局、国家安监总局、国务院侨务办公室、中华全国总工会、中国红十字会、中国新闻社

■ 主办单位:中国新闻周刊 中国红十字基金会 ■ 协办单位:旅游卫视 ■ 独家门户网站支持:sina 新浪网
■ 独家广播支持:CNR 中国之声 ■ 网络合作机构:中国新闻网 ■ 财经财经门户支持:和讯
■ 海外媒体支持:FT中文网 ■ 视觉支持:大良造 ■ 专业支持机构:RECENDE 瑞森德 ■ 国礼支持:国礼·璀家物窗
■ 指定有机酒: ■ 指定健康体检机构: ■ 紫砂艺术支持:宜兴市丁蜀紫砂研究所
■ 媒体支持:经济观察报 CCTV2 财经频道 CRI NEWS RADIO 第一财经 第一财经日报 21世纪经济报道 中国企业家 GE环球企业家 中国经济周刊 英才 金融界

■ 咨询电话:86-10-88395566-148/178 ■ 论坛官网:www.incsr.com



华盖创意 / 供图

什么是“中国”

——如何重建有关“中国”的历史论述

葛兆光 / 文

在 1895 年以后,中国从“天下”走出来进入“万国”,原来自信可以“定之方中”、“允执厥中”的天朝,渐渐被整编进了“无处非中”(艾儒略语)、“亦中亦西”(朝鲜燕行使语)的世界里,就不得不面对诸如“亚洲”、“中国”和“世界”这样一些观念的冲击,思想史研究者也不得不思考,应当如何叙述一个业已被拖入“世界”、卷进“亚洲”的“中国”。

“中国”作为问题与作为问题的“中国”

“中国”本来并不是一个问题。可是,如今有人竟然质疑说,真的有这样一个具有同一性的“中国”吗?这个“中国”是想象的政治共同体,还是一个具有同一性的历史单位?它能够有效涵盖这个曾经包含了各个民族、各朝历史的空间吗?各个区域的差异性能够被简单地划在同一的“中国”里吗?事情麻烦起来了。美籍印度裔学者杜赞奇(Prasenjit Duara)现在是新加坡大学讲座教授。他的一部中国学著作,名称就叫《从民族国家中拯救历史》(*Rescuing History from the Nation*)。一个美国评论者看出,这部著作的背景是“中国一直是世界上国族主义情绪高涨和族群关系日趋加剧的地区”,因此不得不正视这一问题。这一题目直接挑战的恰恰就是关于“中国”的历史论述,这个问题就是——“中国”可以成为一个历史世界吗?

在欧洲学界,对于民族国家作为论述空间的质疑,我相信是有理由的,因为民族国家在欧洲确实是近代以来才逐渐形成的,现代国家与族群、信仰、语言以及历史并不一定互相重叠,“想象的共同体”这样的理论也许是有道理的。那么“中国”呢?古代中国究竟是一个不断变化的“民族-文明-共同体”,还是从来就是一个边界清楚、认同明确、传统一贯的“民族-国家”?研究历史的时候,要不要抛开这个“中国”,重新寻找一个“历史世界”?

应当承认,超越民族国家对历史与文化进行研究是有意义的。所以,有人在进行古代中国历史的研究和描述时,就曾经试图以“民族”(如匈奴和汉帝国,蒙古族和汉族,辽、夏、金和宋帝国)、“东亚”(朝鲜、日本与中国和越南)、“地方”(江南、中原、闽广、川陕甚至各个州府县)以及“宗教”(佛教、回教)等不同的观察立场和角度,来重新审视和重组古代中国历史。

会不会在“亚洲”中淡化“中国”

对于“中国”作为一个民族国家或者历史世界的疑问,在明治时代就已经开始,一方面追随西方民族国家观念和西方中国学风气,逐渐形成明治日本的中国学研究者对于朝鲜、蒙古、满洲、西藏、新疆的格外关注,他们不再把“中国”看成是笼罩边疆和异族的同一体;另一方面,这一原本只是学术研究的取向逐渐政治化,并在“二战”前后的日本历史学界形成热门话题。

我写过一篇《边关何在》的论文讨论这个问题。明治以来,特别是在 1894 年甲午战争之后,日本对于中国以及周边的领土要求越来越强烈。中野正刚(耕堂)曾经写了一篇《大国、大国民、大人物——满蒙放弃论を排す》,一些学者不再把“大清帝国”看成是一个“中国”,而是借用欧洲流行的“民族国家”新观念,把过去所谓的“中国”解释成不同的“王朝”。这些王朝只是传统帝国,而实际的“中国”只应该是汉族为主体,居住在长城以南、藏疆以东的一个国家,而中国周边的各个民族应当是文化、政治、民族都不同的共同体,所谓“满(洲)、蒙(古)、回(疆)、(西)藏、(朝)鲜”,都只是中国之外的“周边”。

这种思想潮流在当时的日本相当流行,使得日本文化界形成了日本应当与西方列强争夺中国周边的控制权的想法。像福泽谕吉 1898 年发表的《十四年前の支那分割论》、中岛端 1912 年发表的《支那分割の运命》,酒卷贞一郎 1917 年发表的《支那分割论》等等,都有类似看法。内藤湖南在 1914 年发表的文章《支那论》虽然反驳这个说法,但也认为,中国所谓“五族共和”只是空想。这使得他们对满洲、蒙古、回疆、西藏、朝鲜都产生了“有如国土”的感觉。正是这种民族主义甚至是帝国主义的政治背景激活了学术领域的研究兴趣。在“二战”之前的 1923 年,矢野仁一发表《近代支那论》,开头就是《支那无国境论》和《支那非国论》。矢野认为,中国不能称为所谓民族国家,满、蒙、藏等原来就非中国领土。1943 年,他更在广岛大学的系列报告中提出了超越中国、以亚洲为单位的历史叙述理论。

当然这都是陈年旧事。但近年来,日本、韩国与中国学术界出于对“西方”即欧美话语的警惕,往往接受“后殖民主义”理论如“东方主义论”的影响,怀着摆脱以欧美为“普遍性历史”的希望,使“亚洲”论述越来越昌盛。他们提出的“东亚史”、“从亚洲思考”、“亚洲知识共同体”等话题,使得“亚洲”或者“东亚”成了一个历史“单位”。

应当承认,重提“亚洲”,在某种意义上有超越各自的民族国家的政治边界,重新建构一个想象的政治空间,对内消解“国家中心”,向外抵抗“西方霸权”的意义。但从历史上看,亚洲何以能够成为一个可以互相认同、有共同历史渊源、拥有共同“他者”(欧美或西方)的文化、知识和历史甚至是政治共同体?从历史上看尤其有疑问。

蒙元与满清帝国史对“中国”历史的挑战

在过去关于“中国”的历史论述中,最不容易被规整地纳入“中国”的是蒙元和满清两个帝国的历史。这两个帝国给“中国”史学带来的麻烦,就是它必须超越汉族中国这个中心,论述更广大的地域空间、更多的民族和更复杂的国际关系。这使得传统的,以王朝为经纬的“中国史”似乎不能胜任。

晚清学术界已经注意到了这一历史学的困局。晚清西北地理研究和蒙古史的兴盛,就是受这一特别的历史所刺激。《元史》的反复重写,就是因为

> 我们把“亚洲”作为背景,借用“周边”的视角来看“中国”,这可能促成一种超越国家的国家历史研究,使国别史研究仍然具有意义和活力,因为我们并不画地为牢

以“元朝中国”为历史空间、以汉文史料为主要文献来源,并不能充分反映那个“北逾阴山,西极流沙,东尽辽左,南越岭表”的王朝。特别是,这个王朝既是汉地政权,又是大蒙古帝国中的一部分,皇帝呢?正如萧启庆所说,他“兼具蒙古大汗与中原帝王的双重性格”。所以,日本学者本田实信和杉山正明就提出了“蒙古时代史”的观念。他们认为,用“蒙古时代史”而不是“元史”这一概念是一个让世界史也是让中国史改变面貌的途径,因为这个历史不是“中国史”的,而是“世界史”的。这个做法得到很多学者的支持。

同样的例子是清史。1998 年,罗友枝(Evelyn S Rawski)在《最后的皇朝:清代皇家机构的社会史》(*The Last Emperors:A Social History of Qing Imperial Institutions*)中强调一种超越“中国史”的观点。她指出,清朝能够维持 300 年的统治,主要原因并非像何炳棣等人所说的“汉化”或者“中国化”,而是因为满族作为一个入主中原的群体,不仅依赖保持本身的特点,实施不同于汉族的统治方式,而且有效地得到了蒙古等非汉族民族的支持。从这一点上来说,满清统治者是以中亚诸族的大汗,而不是中国传统皇帝,满族只是利用了儒家的东西。所以,满清帝国和中国并非同义词,而是一个超越了“中国”的帝国。

事情要追溯到这本书出版的两年前。1996 年,当罗友枝针对何炳棣 1967 年《清朝在中国历史上的重要性》关于清朝“汉化”的论点,在全美亚洲年会上以前任会长身份发表会长演讲《再观清朝:清朝在中国历史上的重要性》后,作为一个中国出身的历史学家,何炳棣曾经尖锐地反驳,写了《我对汉化的再思考:对罗友枝“再观清朝”一文的答复》。何认为,对于满清来说,儒家化就是汉化,儒家化和中国化是一回事。他的隐含的结论就是满清建立的是一个“中国”的王国。罗友枝的这个论述无疑是对何炳棣的回应,也是对超越“中国”的清代历史的再度论述。

最近,流行于欧美和日本的所谓“新清史”,延续了对满洲或满族文化独立性的重视。如美国学者欧立德(Mark C. Elliot)的《满洲之道:八旗与晚期中华帝国的族群认同》(*The Manchu Way:The Eight Banners and Ethnic Identity in Late Imperial China*)认为,在统治中国几个世纪后,旗人虽然已经忘记了母语,但他们征服者意识和自我认同感仍然一直保存,所以,满清并非被汉人文化同化的王朝。另一位美国学者柯娇燕(Pamera Kyle Crossley)在《孤军:满洲三代家族与清世界的灭亡》(Orphan Warriors:Three Manchu Generations and the End of the Qing World)中也认为,旗人在十九世纪末二十世纪初,在其政权渐渐衰落的时候,反而开始有意识地发展他们的民族意识。他们都强调,清史绝不是清代中国史,尤其不是汉族中国史。

在这一争论表面有出身不同的学者之间的差异;在这些论争的背后,还有关于“世界”和“中国”的不同观念。在日本东亚研究所编《异民族の支那统治史》和魏复古(K.A.Wittfogel)的《中国辽代社会史》以来,在东洋和西洋学术界有一个很重要的历史观念,就是否认在“异民族统治”或“征服王朝”的时代外来民族被汉族“同化”,而强调各个民族成分的延续和传统的影响。换句话说,强调征服王朝的“超中国”意义,一是保持双重民族性的历史描述,二是强调历史过程中异族对汉族的反影响,三是否认以现在的汉族的“中国”回溯以往的历史。

在他们看来,从现在中国的疆域、民族和文化来追溯历史,就会把历史归入“中国”。

后现代历史学:从民族国家拯救什么历史

对于“中国”的挑战还来自欧美的后现代历史学理论。

后现代历史学理论对于“现代性”的批判中,也包含了对近代以来现代民族国家正当性的质疑。特别是自从“想象的共同体”理论问世以后,对于从现代的民族国家反观历史的质疑,深刻地揭示了历史研究中对于“国家”的误解,指出我们常常习惯于用现代国家来想象、理解和叙述古代国家。因为历史上的国家常常是流动的,空间有时大有时小,民族有时合有时分。

但是,我们反过来问,第一,历史学家是否要考虑与欧洲历史不同的中国历史的特殊性?第二,中国尤其是汉族文明的同一性、汉族生活空间与历代王朝空间的一致性、汉族传统的延续与对汉族政权的认同,这些是“偶然的”和“争议的”吗?第三,中国是一个在近代(西方的近代)才逐渐建立的民族国家吗?

关于中国民族国家的形成,我有一个观点,即秦汉一统之后,接着在宋代,由于(1)辽、西夏、金、蒙古相继存在,对等“敌国”的意识,已经形成“国际”;(2)“勘界”、“边贸”与“市舶司”现象的出现,已经产生了边境的观念;(3)对异族和异文化的拒绝和对本土文化的强化,已经渐渐形成了近世的国家,有文化认同、有共同历史传统,有伦理的同一性,政治管辖空间十分明确。因此,中国的民族国家并不一定与所谓的“近代性”有关。首先,在这样的一个延续性大于断裂性(与欧洲相比)的古老文明笼罩下,中国的空间虽然边缘比较模糊和移动,但中心始终相对清晰和稳定;其次,中国的政治王朝虽然变更盛衰起伏,但历史始终有一个清晰延续的脉络;再次,中国的文化虽然也经受各种外来文明的挑战,但是始终有一个相当稳定层层积累的传统。在文化意义上,它是一个文化共同体,在政治意义上,也已经接近现代的民族国家。

如果我们更多在文化意义上看,以汉族区域为中心的国家领土与国家意识,使得宋代以来中国的“民族国家”相对早熟。不仅如此,从由国家、中央精英和士绅三方面合力推动的儒家(理学)的制度化、世俗化、常识化,使得来自儒家伦理的文明意识,在宋代从城市扩展到乡村、从中心扩展到边缘、从上层扩展到下层,使中国早早地就具有了文明的同一性。

也正是因为如此,中国很“特殊”。或者说,欧洲式的近代民族国家形成途径很“特殊”。在中国,至少从宋代起,这个“中国”既具有“传统帝国式国家”的特色,又具有接近“近代民族国家”的意味;既像一个现代的民族国家,又像一个传统的文明共同体。作为一个中心地域很清晰的国家,汉族中国很早就开始意识到自己空间的边界,它只是一个“国家”。但是,作为一个边缘相对模糊的“中华帝国”,它又有“天下中央”的想象,使它总是觉得自己是一个大帝国。

因此,对于复杂的中国,后现代历史学关于民族国家的理论未必就像用在其他国家的历史中那样有合理性。

中国研究的三个向度

在这样一个既涉及理论又涉及历史的领域中,我以为,有三点特别值得重视——

首先,在历史意义上说,“中国”是一个移动的“中国”,因为不仅各个王朝分分合合是常有的事情,历代王朝中央政府所控制的空间边界更是常常变化。因此,一方面,不必以现代中国的政治边界来反观历史中国,高句丽不必是“唐王朝管辖下的地方政权”,吐蕃也不在当时“中国(大唐帝国)版图”,现在的东北、西藏虽然在中华人民共和国政府控制范围内,但它们却不一定是古代中国的领土;另一方面,也不必简单地以历史中国来看待现代中国,不必觉得历史上安南曾经内附,蒙古曾经由清帝国管辖,琉球曾经进贡,就觉得无法容忍和理解现代越南的独立、外蒙古与内蒙古的分离、琉球最后归于日本。

其次,在文化意义上说,中国是一个相当稳定的“文化共同体”,这是作为“中国”这个“国家”的基础,尤其汉族中国的中心区域是相对清晰和稳定的,经过“车同轨、书同文、行同伦”的文明推进之后的中国,具有文化上的同一性,过分强调“解构中国(这个民族国家)”是不合理的。至少在宋代起,中国已经渐渐形成了一个“共同体”,这个共同体是实际的,而不是“想象的”。

再次,从政治意义上说,“中国”常常不止是被等同于“王朝”,也不是在指某一家“政府”。政府即政权是否可以等于“国家”,国家是否可以直接等同于“祖国”?这是一些仍然需要明确的概念,一些政治认同常常会影响到文化认同,甚至抹杀历史认同,这是很麻烦的事情。至今,还有人不自觉地把政府当成了国家,把历史形成的国家当成了天经地义需要忠诚的祖国,于是,现在的很多误会、敌意、偏见,就恰恰都来自这些并不明确的概念混淆。

为什么要“从周边看中国”

我想,在自我认识的意义上,中国历史可以分成三阶段。第一个是“以自我为中心的想象时代”。这个时代形成了以自我为中心的“天下观念”和以自我为宗主的“朝贡体制”。但是,自从晚明西洋人逐渐进入东方,特别是晚清西洋人的坚船利炮迫使中国全面向西转之后,中国人认识“自我”,进入第二个阶段,叫“一面镜子的时代”,在西方这个“他者”的对照下,中国人开始了对自我的重新认识。这当然是一个巨大的进步。可是,我们是否还需要一面或多面西方之外的镜子呢?所以我想,也许有可能进入第三个时代,即“在多面镜中认识自我的时代”。从周边看中国,我们可能会重新认知历史中国、文化中国和政治中国。

如果我们回顾一下一百多年的现代学术史,中国学术国际化和现代化的第一波,可以上溯到清代中叶对于西北地理和蒙元史的研究。到晚清民初特别是 1920 年代前后,中国出现了一批最好的学者,无论是王国维、陈垣、胡适,还是陈寅恪,在学术上都在努力地进入“世界学术之新潮流”,促成了中国学术国际化的第二波。那么,第三波究竟是什么呢?我以为,“从周边看中国”这一课题,也许在某种程度上可以刺激学术史的变化。正像当年傅斯年所说,那时的学术关注点,从敦煌、安西到中亚,重心在西北(虽然偶尔也南下)。可是,第三波是否可能转身向东呢?

应当强调,“从周边看中国”并不打算重走欧洲东方学和日本满蒙回藏鲜学的道路,“从周边看中国”仍然是聚焦在中国史。但是,这个“中国”不是孤立的。我们把“亚洲”作为背景,借用“周边”的视角来看“中国”,这可能促成一种超越国家的国家历史研究,使国别史研究仍然具有意义和活力,因为我们并不画地为牢。以前,比较宗教学的创始人马克思·缪勒引用过歌德的一句名言,“只知其一,便一无所知”(He who knows one, knows none),对于我们永远是一句箴言。

袁世凯的是非功过

张耀杰 / 文

随着辛亥革命100周年的临近，当年的主角之一袁世凯也变成新闻出版界的热门话题。张社生继《绝版李鸿章》之后推出的第二部图文著作《绝版袁世凯》，就是其中的一部力作。该书采用大量来自外文报刊的图片资料、访谈记录，配以历史亲历者的日记文献和反思回忆，立体化地展现了袁世凯一部分的“绝版”真相。作为研究者，笔者阅读该书以及相关的历史文献时，最为关注的是袁世凯留给后人的百年是非功过。

“中华民国第一华盛顿”

凡是1949年之后接受过政治教育的中国人，对于袁世凯的第一反应，大都是陈伯达《窃国大盗袁世凯》一书遗留下来的政治标签。而事实上，这样一个政治标签是不足以概括袁世凯复杂多变的政治传奇和人生迷误的。关于这一点，《绝版袁世凯》引用徐世昌的话说：“袁本想在清帝退位后，自为总统，故清帝退位诏中有‘由袁世凯以全权组织临时共和政府，与民军协商统一办法’之语。不料南京选举孙中山为总统，项城之总统且由中山推荐，此非项城之所逆料也。”美籍华人学者唐德刚，也在《袁氏当国》一书中认为，“袁世凯究竟还不是个心狠手辣的屠夫，他的恕道，和他的婆婆妈妈的行为，累得革命党对他失去了耐性，他自己因此也丢掉了金牌，……”

与袁世凯“婆婆妈妈的行为”形成鲜明对照的，是抢在他之前拿到中华民国第一任临时大总统“金牌”的职业革命家孙中山。早在回国之前，孙中山就已经把袁世凯当作政治期货，抵押给了英国伦敦的金融家：“北京周围的七个师是由直隶总督袁世凯创立的。因为他新近被北京政府降级，所以，这些部队对北京政府的忠诚度被大大打了折扣。虽然在他们与我们之间并未达成任何约定，但我们坚信他们不会为满清政府卖命。……实际上也将保持中立。”

在陈锡祺主编《孙中山年谱长谱》中，另有这样的介绍：英国外务部官员认为，孙中山是“理论性的与喜说大言的政治家”，要求本国银行拒绝向孙中山提供贷款。1911年11月16日，借款失败的孙中山得知上海方面已经着手组建临时议会，便通过《民立报》致电并不存在的民国政府，对于总统人选抢先发表意见说：“总统自当推定黎君。闻黎有请推袁之说，合宜亦善。”

“黎君”指的是代理南方临时政府最高权力的湖北都督黎元洪。“袁”指的就是被清朝政府任命为内阁总理大臣的袁世凯。11月24日，孙中山由法国马赛动身回国。12月15日抵达新加坡，当地的《海峡时报》以《孙逸仙博士将组织政府，攻击北京，绝无妥协可言》为标题，报道了孙中山“喜说大言”的个人预期：“即往上海组织临时政府。欧洲银行团允许：如孙获得独立十四省一致举为大总统，即可贷款协助中国建设。孙对北伐力主坚持，惟一妥协即皇室完全退出中国政治及北京，作普通公民。如不同意这点，即不惜流血牺牲直到攻下北京。”

12月25日，孙中山、胡汉民等人乘坐英国籍邮轮地湾夏号抵达上海。在此之前，南北双方的和谈代表已经达成推举袁世凯为第一任总统的秘密协议。在这种情况下，公然违背南北协议，单方面选举孙中山为临时大总统的，是由同盟会员占据压倒性多数的各省都督府代表会议。正是由于这个原因，12月29日当选中华民国第一任临时大总统的孙中山，才会于当天致电袁世凯寻求谅解：“文虽暂承乏，而虚位以待之心，终可大白于将来。”从1905年就追随孙中山走南闯北的胡汉民，曾经用三个字活灵活现地勾勒出孙中山的性格特点：“狼、大、快”。“狼”是粤语中所形容的敢于冒险，“大”是形容理想高远，“快”就是斩钉截铁不犹豫。

辛亥年腊月二十五即1912年2月12日，刚刚6岁的宣统皇帝溥仪，奉隆裕太后懿旨下诏辞位。2月13日，满心希望以租让东北为代价换取日本方面巨额军费的孙中山，在借款失败的情况下，不得不向南京临时政府参议院提出辞呈，推荐袁世凯为继任总统。2月15日，临时参议院以十七省共十七票的结果，全票选举袁世凯为临时政府大总统。孙中山于当天给袁世凯发去贺电：“今日三点钟由参议院举公为临时大总统，临时政府地点定在南京。现派专使奉请我公来宁接事。民国大定，选举得人，敬贺。”

《绝版袁世凯》中还抄录有孙中山当时致袁世凯的另一份电文：“查世界历史，选举大总统，满场一致者只有华盛顿一人，公为再现。同人深幸公为世界之第二华盛顿，我中华民国第一华盛顿。”

同年8月29日，正在北京与袁世凯亲密交往的孙中山，在致黄兴电中进一步表示说：“今日之中国，惟有交项城治理。”

由此可知，袁世凯继孙中山之后接任中华民国第二任临时大总统，并不是出于孙中山心甘情愿的主动退让，更不是出于袁世凯窃国大盗的阴谋诡计，而是出于人心所向、众望所归的历史选择。

袁世凯的众望所归

《绝版袁世凯》中有这样一个小标题：“想当年‘窃国大盗’是‘救世主’”，其中提出的主要问题是：为什么1911年辛亥革命前后，“窃国大盗”袁世凯那么受欢迎？该书作者给出的答案是，袁世凯浑身确实有诸多好条件：

其一，汉人（革命党主张驱除鞑虏，袁世凯逼清帝退位，于革命有功）；其二，带过一支最好的军队（稳定因素的保证）；其三，官僚队伍中的改革派（各省咨议局议员喜欢）；其四，和清廷有千丝万缕的联系（清贵指着他得到退位优厚待遇）；其五，列强的不二人选（能保护人家在华利益）；其六，能干（工作经验丰富）；其七，受过不公正对待（为汉人受过）；其八，人缘好（为他说好话的人多）；其九，不极端，不保守，各方都能接受（最大公约数）。

但是，作为通过谈判妥协而不是暴力革命当选大总统的袁世凯，其合法性从一开始就遭到来自同盟会及国民党方面的不断挑战。代理理事长宋教仁遇刺身亡后，以孙中山、陈其美、李烈钧为首的另一派热衷于暴力革命的国民党人，主动挑起“二次革命”，从而招来袁世凯的铁腕镇压。对内强横的袁世凯，面对并不十分强大的近邻日本，却表现出欺软怕硬的另一面。随着时间的推移，已经就任正式大总统的袁世凯，在公信力及合法性方面呈现出逐步递减的大趋势。

1914年第一次世界大战爆发后，日本政府于同年8月23日向德国宣战。宣战后的日本军队并没有前往欧洲战场，而是联合英军抢占了德军统治下的山东青岛及其周边的整个胶东半岛。1915年5月25日，袁世凯政府的外交总长陆徵祥等人，被迫与日本驻中国公使日置益等人签订丧权辱国的“二十一条”中的“十二条”，袁世凯及其政府的合法性和公信力，因此遭到最为致命的摧毁败坏。

众叛亲离的帝制闹剧

作为一名从美国留学归来的电视人，张社生对于当年的图片资料及新闻报道，保持着一种职业性的敏锐与执着。但是，由于人文知识的相对欠缺，他在文字叙述中留下了许多不应该出现的低级错误。在该书《前言》中有这样一句话：“查‘革命’二字，老祖宗的字典里没有，据说是东洋货。但是‘革命’二字一经传入，立刻成了咱们使用频率最高的词。……我纳闷了，不是都说咱们是浸泡在儒教文化中的‘化民’？曾几何时，‘中庸’二字被走极端的‘革命’二字换掉了？”

事实上，“革命”二字并不是东洋货，而是中国传统儒教文化的重要组成部分。在据说是传自周文王的《周易·革卦·彖传》中，就有“天地革而四时成，汤武革命，顺乎天而应乎人”的经典表述。在西汉礼学家戴圣编选的儒家经典《礼记》“礼运”篇中，另有孔子关于“大道之行也，天下为公”的一段话，其中的“如有不由此者，在执者去，众以为殃”，意思就是假如专制君主不能像夏禹王、商汤王、周文王、周武王、周成王、周公那样，运用儒家礼教处理公私事务、维持社会秩序，就会被当作改朝换代的革命对象给推翻打倒。中国历史上从商汤王、周武王的改朝换代，陈胜、吴广“王侯将相宁有种乎？”的农民起义，一直到孙中山“天下为公”的一党训政，所遵循的都是正统儒教文化所提倡的修身、齐家、治国、平天下，或者说是公天下、救天下、打天下、治天下、家天下、私天下的汤武革命的老路子。

> 袁世凯之所以会被误导，坏就坏在老袁心里有“贼”，这“贼”就是几千年积淀下来的中国小农特有的皇帝梦

正是由于人文常识的严重匮乏，张社生替袁世凯辩护说：“试想，如果20世纪最初几年，‘群体’没有立宪的思潮，袁世凯不会贸然去充当那个‘立宪派领袖’。如果1911年，大半个中国的‘群体’都不想试试共和，他也不会说：‘世凯深愿竭其能力，发扬共和精神，涤荡专制之瑕秽。’如果1915年秋，‘群体’没有厌倦了共和的吵吵闹闹，想‘老主子’了，袁大总统也不会去打造那把龙椅，‘洪宪’一回。说得明白点儿，民初的那些事儿和任何个人都没多大关系，全在那时的社会。后人看这段历史，别忙着贴标签。”

作者反对给历史人物贴标签是正确的；但是，像这样把个人责任完全转嫁给“群体”以及“那时的社会”的思维逻辑，所败露的恰恰是他自己顾此失彼、自相矛盾的价值混乱。1912年3月10日，袁世凯在北京宣誓就任中华民国第二任临时大总统时，所宣读的誓词是：“世凯深愿竭其能力，发扬共和之精神，涤荡专制之瑕秽，谨守宪法，依国民之愿望，达国家于安全完固之域，俾五大民族同臻乐利。凡此志愿，率履勿渝。”作者在该书第236页中，抄录有袁世凯与朱尔典的谈话，其中谈到的依然是袁世凯的责任意识：“近年来各省将军、巡按使，还有文武各官，都说不实行君主立宪不能巩固国基。到了今天，全国都赞成了，我只有顺从民意。我现在是百分责任，自担八十分，而各部门将在一起共担二十分，按理而论，各部应担八十分。”

自以为承担着整个国家八十分责任的袁世凯，无论是此前充当“立宪派领袖”，还是充当拥护共和的临时大总统，都表现得理直气壮、理所当然。对于假造民意的帝制闹剧，他表现出的却是做贼心虚、言不由衷的患得患失、左顾右盼。尽管如此，他依然幻想着在内忧外患、积贫积弱的情况下，通过假造民意、自欺欺人的帝制骗局，重新树立人心所向、众望所归的合法权威。但是，在已经初步实现宪政民主和言论自由的社会环境里，梁启超仅仅以一篇檄文《异哉，所谓国体问题者》，就揭穿了袁世凯违背宪法、背信弃义、盗窃国家、化公为私的真实面目。蔡锷在云南振臂一呼，便引起全国各地纷纷响应。袁世凯连同他的洪宪王朝，很快在众叛亲离中烟消云散……

1916年6月6日，被迫取消帝制的袁世凯在总统任上因病去世。据第二天的《纽约时报》报道，临死之前的袁世凯向多年密友徐世昌坦白承认，自己于有意无意之中所犯下的一份历史罪错：“我没有想到是这样的结局。我没有立志当皇帝。那些在我身边的人说人民渴望一个君主并且让我担当君主。我相信了，这才被误导了。”按照端木赐香《重读晚清六十年》一书给出的解释，袁世凯之所以会被误导，“坏就坏在老袁心里有‘贼’，这‘贼’就是几千年积淀下来的中国小农特有的皇帝梦”。换言之，袁世凯称帝失败以至于众叛亲离的第一责任人，并不是张社生所谓的“群体”以及“那时的社会”，而是在已经初步实现宪政民主制度的中华民国里，公然开启历史倒车的袁世凯自己。



《绝版袁世凯》
张社生 / 著
文汇出版社
2010年8月 39.8元



袁世凯 本报资料室

新文学·旧史料

“文艺总管”张道藩

郭娟 / 文



张道藩 本报资料室

最初“遇见”张道藩，是在画家徐悲鸿的两任妻子——蒋碧微与廖静文各自写的回忆录中。在徐悲鸿的家务事中，张道藩是以熟朋友的身份从中斡旋，而其倾向性是很明显的。所以蒋碧微的一部回忆录，上半部题为《我与悲鸿》，下半部就是《我与道藩》了；而廖静文笔下的张道藩纯然一国民党反动官僚形象，帮助蒋碧微，迫害徐悲鸿。徐悲鸿为了向蒋碧微支付高额离婚赡养费，整天站在桌边拼命画画，腿都浮肿了。

当时正值抗战时期，国民党与共产党第二次合作，一致抗日；徐悲鸿等左翼进步文化人士集结在国民党第三厅，在郭沫若领导下展开抗日救亡的各种文化活动。而张道藩也深得蒋委员长器重。张道藩曾留学英、法，是伦敦大学美术学院第一位入读的中国学生，他也雅好戏剧，组织剧团，创办国立戏剧学校，据说张道藩还与曹禺等人联合创作国防剧《黑字二十八》，是演出委员会主任、导演团成员，还一起登台演出。1938年在武汉发起成立“中华文艺界抗敌协会”，长期负责国民党文宣与党务工作。

国共合作讲团结、有摩擦的情形，许多人回忆过，总之是共产党善于做宣传工作，国民党的文化官每每很失败。不过，张道藩还是蛮活跃的。当毛主席《在延安文艺座谈会上的讲话》发表后，传到国统区，国民党为了抵制其影响，特由时任国民党中央宣传部长的张道藩出面，发表《我们所需要的文艺政策》，所谓“五要”“六不”。“六不”第一条是“不要去写社会黑暗”，针对的就是毛《讲话》中提出的“对敌人要暴露，要打击”；第二条是“不挑拨阶级的仇恨”，针对毛文所讲的立场问题；第六条“不表现不正确的意识”，针对的是毛文倡导的马列主义和唯物辩证法。“破”了之后要“立”，张道藩所提出的“五要”，除了一贯的“民族的立场”而外，“为最痛苦的平民写作”又似乎与“不要去写黑暗”相矛盾，“要从理智中产生作品，要用现实的形式”也都是大而化之的泛泛而论。不过这似乎不妨碍他被称为“三民主义文艺理论家”。

> 文人从政，结果都不大妙，像寓言中的蝙蝠，不知自己是鸟是兽，身份的混乱，角色的冲突，导致行动失措、内心纠结

国民党溃退台湾后，反思在政治、军事、文化各方面失败的原因，张道藩也备受指责。有人就说他做文化工作不力，当时最有影响的作家一个也没有争取到，全国成百上千的作家跟到台湾的不过三五十人，像梁实秋、苏雪林，在大陆原只能算二流作家，至于胡秋原、陈西滢，只因与鲁迅论战而有知名度，创作上没有大成绩；夏志清《中国现代小说史》论及的十五位作家，只有张爱玲、凌叔华没有留在大陆，但也没去台湾。当时张道藩办的刊物也都不及许多左翼杂志影响大。

尽管如此，张道藩依然受到蒋介石重用。1950年5月4日成立的“中国文艺协会”，是蒋介石亲自批准的、领导全岛“反共抗俄”的文艺团体，张道藩是三个常务理事之一。有人曾问蒋介石：“文艺工作到底由谁领导？”蒋立刻回答：“由道藩同志领导”。所以张道藩干劲十足，开会、座谈，号召作家创作反共文学。而实际上，当时台湾军界势力插手文艺界，“国防部总政治部”、“警备总司令部”都对张道藩的文艺协会进行肢解和制约，挖墙角，拆台，搞事端，张道藩手下的亲信有被疑为“匪谍”的，有被排挤到海外的，甚至张道藩本人也受些窝囊气。

研究港台文学的古远清教授曾在文章中介绍，张道藩曾改编明代歌谣，写了一首《老天爷》：“老天爷你年纪大/耳又聋来眼又瞎/看不见人听不见话/杀人的共匪为何不垮/大陆同胞活活的饿煞/老天爷你不会做天你塌了吧……”当时就有人提醒他，明代这首歌谣是骂崇祯皇帝的，而在台湾，“老天爷”几乎就是“老总统”的代称，可是张道藩自信他是带头搞反共文学创作，而且他改写的歌词从头到尾都是反共的，没问题的。他还兴致勃勃地请远在美国的名家赵元任谱曲，赵没有答复，他又改请人谱曲，最后在电台播出。果然，这首歌遭到了“警总”查禁。张道藩一向是查禁别人作品的，这次自己倒被查禁了，吃了一回瘪。

其实，文人从政，结果都不大妙，像寓言中的蝙蝠，不知自己是鸟是兽，身份的混乱，角色的冲突，导致行动失措、内心纠结。

再说到私生活，张道藩似乎也是有些夹缠不清的。有论者大概从张道藩的反动身份立论，同时嘲笑蒋碧微最终也没能与张道藩正式结合，张有法国妻子。但也许事情并不这样简单。蒋碧微颇有男子气，当初敢于跟着悲鸿私奔日本，转而法国，绝非寻常女子；看她与徐悲鸿留学巴黎，与包括张道藩在内的一帮留学生混在一起，成立“天狗会”，有见解，亦有脾气，是颐指气使惯了的，又是唯一女会员，被戏称为“压寨夫人”。张道藩固然是徐悲鸿的“兄弟”，却也是蒋碧微的朋友。在法国时张道藩就曾暗恋蒋碧微，还曾试探过蒋碧微。只因当时蒋碧微一心恋着徐悲鸿而无从展开。据说后来张道藩在自己的婚礼上，面对美丽的法国新娘还是难以放下内心对蒋碧微的纠结，喝得大醉，大闹自己的婚礼，而朋友们还以为他是太高兴所致。所以当徐、蒋两人婚变，张道藩态度偏向蒋碧微，也在情理中。之后，在帮助一个离了婚的女友的一来二去中，早已人到中年的张道藩不知不觉把自己搭了进去，弄得筋疲力尽。估计这也不是他理智上认可的。据张道藩的朋友曾虚白回忆，当时台湾时局动荡，张道藩的法国夫人携女儿出国避乱，空巢的张道藩就和形单影只的蒋碧微“凑合同居”了，同居而居所门外却分别挂着两块牌子，一“张”，一“蒋”，意在撇清。他们在居所中常常邀约一二个密友赏画、宴饮，聊到深夜。曾虚白就常在被邀请之列。据曾虚白揣测，张道藩是想用聚会的热闹减少二人独处的时间。待到张道藩出任立法院长，夫人也回来了，张道藩就回归家庭，另外给蒋碧微找房子住了。所以曾虚白认为，对蒋碧微，张道藩是“怜”大于“爱”的。

编辑:张邦松 E-mail:zhangbangsong@eeo.com.cn 美编:刘会芹 2011.1.31

商业重新想象



>> 日本新古书店:精确定价的二手书书店 ………50 版

>> 《非诚勿扰》:争议是最好的营销 ………50 版

>> Intellectual Ventures:专门运营知识产权的公司 ………51 版

>> 篱笆网:多模式混合体 ………51 版

>> Pay With a Tweet.com:微支付系统 ………51 版

什么是商业模式?如果我们抛开那些生涩的定义,从广义上说,把LV和卡帝亚珠宝卖给某个特定阶层的人是一种商业模式,摆地摊卖肉也是一种商业模式;基于强大物流体系和采购管理之上的沃尔玛是一种商业模式,街边的小杂货店也是一种商业模式;腾讯建立在虚拟世界的帝国是一种商业模式,规模庞大的铁矿石交易也是一种商业模式……商业模式的历史和商业的历史一样长。每个人都可以建立自己的模型,小孩用沙堆,建筑师用感觉水泥,网络工程师用"0"和"1",但他们的价值是不同的。所以,当我在谈论商业模式时,其实是在谈论"什么是好的商业模式"。这也是上世纪50年代"商业模式"这个词被经济学家提出的原因。人们发现,总结商业行为的规律与逻辑对于促进商业进步具有重大意义。人们需要知道,同样是卖肉,为什么张屠夫比李屠夫卖得好。这种探索带领我们进入了奇妙的商业世界。

我们处在一个商业模式层出不穷的时代,商业模式从旧石器时代单一的以物易物进化出了无数分支,每一种新模式的出现都包含了前辈的基因,但又具备了不同的禀赋。例如在互联网刚刚出现的时候,商业模式的核心是网页浏览和点击率,但现在有多少创新诞生在这块土壤上:搜索引擎、SNS、视频网站、网络共享、云计算……这就是商业模式的魅力:永远都在变化,但并非不可捉摸。我们总结了在过去一年里一些值得关注的商业模式,也许并不全面,但或许能代表商业想象力更新的潮流。我们将这些案例根据其创新模式的不同分成了三类:

收入模式创新,主要是指通过重新配置产品或推出新的定价模型实现的创新,是一种利用客户体验、选择和喜好进行创新的模式。这种创新方式一般与产品的后续服务有关。

行业模式创新,是指通过向新行业转移、重新定义现有行业,并创建全新行业,实现行业模式的创新。

协作模式创新,是指通过专业化分工和价值链分析,重新定义企业在价值链中的角色和组织边界。

由于商业模式永远处在不断变化中,对商业模式的分类一直研究者的一个难题。这种分类亦不完美,因为们不确定它穷尽了商业模式创新的各种可能性。但在这里,分类或许无关宏旨,最重要的是,通过这样的总结,我们能获得更多的启示。

收入模式创新

如何让消费者付费

张昊 / 文

世界上两件事最难:一是把自己的思想装进别人的脑袋,二是把别人的钱装进自己的口袋——前者成功了叫老师,后者成功了叫老板。这是最近网络上流行的一句话,它说出了一个真理,在商业世界中,让消费者付费并不是一件容易的事。在传统商业模式中,收费总是被设置在整个商业流程的最后一个环节,但老板们发现,消费者正变得越来越精明。

于是,像忠实航空和OpenTable这样的公司作出了改变。它们并没有什么创造性的技术,也没有复杂的商业设计,只是简单地跟用户需求保持了同步。与此同时,收费模式像一个小插件一样被巧妙地植入了这些模式之中,让你不易察觉,却又实实在在地为创新者带来了利益。

Foursquare:把生意做到GPS上

创始人:丹尼斯·克罗利

模式亮点: Foursquare是一个近似于真实版大富翁的社群"游戏"。它有签到、徽章……当然它还有折扣。

折扣并不是一个新鲜词汇,但Foursquare则使折扣更有吸引力和影响力。首先,用户需要不断地在某家餐厅签到才能拿到折扣价,此外,通过在线与好友分享,商家的信息得到无限次地放大。这其实是个简单的平移,餐馆只是把传统的折扣卡放在了网上,但这种"边玩边做生意"的方式很容易得到消费者和商家的认可。

Foursquare的威力还未完全放开,因为它现在的娱乐性和社交性还远远高于商务性。其实,它更像是一种功能,各个行业都需要通过这种黏性很大的用户体验来开发更多的商业潜能。

Foursquare打通了传统商业和移动互联网的联系,它只是在恰当的时间做了一件恰当的事,所以,它更有价值。

成就:用户数已突破600万,目前呈现出的发展曲线,比当年的Twitter还要快。



到到网:在线旅游的点评类网站

创始人:吴皓

模式亮点:到到网的核心竞争力其实就是几百万条注册会员的酒店点评信息,而它们也为了能保持稳定的点评量大费苦心。

传统的问卷调查使得用户总是在完成一次消费后便彻底消失,而吴皓为了留住他们,推出了"到到绿卡"。只要你注册并发布了一条点评,即可获得到到绿卡。这张绿卡可以使你享有多家旅行服务机构的折扣。

同样是这些原创点评,在数量得到了保证后,吴皓不仅把"菜"做得很可口,而且还做出了花样。于是,他与2000多家酒店签约,推出"酒店中国通"和"酒店世界通",为国内外各大酒店的直接营销提供了一个媒体平台。他还与艺龙网、佰程网等旅游预订网站签约,把自己的点评资源卖给这些网站使用,而他既拿到了钱,又使到到网得到了多次传播的机会。

成就:目前拥有超过60万名注册会员和近百万条国内酒店点评,每周点评增加数量超过1万条。

亿玛:以效果付费的网络营销公司

创始人:柯细兴

模式亮点:亿玛从诞生之日起就为自己找到了一个"美国老师":1997年成立、2000年上市的ValueClick。这家美国最早开创按点击付费模式的网络广告公司时至今日依然是纳斯达克的香饽饽,尽管也受到了金融危机的影响,但在华尔街仍不时传出被收购的消息,求购者包括微软、苹果和Google。原因很简单,这是一家广告受众渗透率可以和Google、雅虎比肩的网络广告公司,而它的客户和合作伙伴又基本以中小企业为主。

它的革命性在于引进了一种非常独特的模式:CPC(cost-per-click),也就是按点击付费。"CPC是如今大行其道的按效果付费模式的雏形,无论是CPA(每行动成本),还是CPC(按销售付费),都是来源于CPC的启发。"一位业内人士说。

成就:在电子商务和网游两个行业的广告服务企业中,亿玛都占据很大优势,目前已获得两轮千万美元级别的融资。

OpenTable:美国最大的网上订餐平台

创始人:杰弗里·乔丹

模式亮点: OpenTable是一家完全不依赖广告的互联网公司,这也是它在资本市场上备受瞩目的原因。

它的客户需要先花费1240美元安装一套独特的软件系统,然后还得为每次成功的订单付佣金。因此,在OpenTable的总收入中,有54%来自餐厅的月租费,42%来自每一笔订单的佣金,还有4%来自给餐厅装软件的初装费。



"免费+广告"是网上餐饮行业的传统商业模式,而OpenTable则打碎了这一切。只因为它懂得比起品牌宣传,餐馆更容易接受预定能带来的真金白银。表面上看,OpenTable算是一家卖系统软件的公司,但实际上,系统软件背后则是标准化的服务管理、稳定的客户流以及毫不逊色的口碑传播。OpenTable的率先上市已经说明一切,并不是一切免费都好使。

成就:2010年的前十个月,其已经拥有了8090家付费会员,收入达到3750万美元。

忠实航空:飞到别人不去的地方

创始人:莫里斯·加拉格尔

模式亮点:人总是"朝三暮四"的,在一张100美元机票和一张75美元但不包含托运和饮料服务的机票前,恐怕多数人都会青睐后者。莫里斯抓住了人性的弱点,这是忠实航空Allegiart Airlines上座率如此之高的原因。

忠实航空的另一个秘诀是致力于开辟从小城市到著名度假胜地的直达航线,这些航线历来不被大的航空公司所重视。就像中国很少有航空公司会开辟一条从鄂尔多斯直飞丽江的航班一样,美国也很少有小城市飞往度假胜地的航班。忠实航空开辟了这一市场,很快,它成为美国小城市居民度假的首选航空公司。

公司拥有的全都是仅仅价值400万美元的二手麦道80老式飞机;总是和机场签一个月的合同,雇员也是临时召集的廉价工人:忠实航空的飞机总是当天就返回基地,这样做可以节省机组人员的住宿费用……

成就:连续6年的盈利规模都达到千万美元级,上座率超过85%。



黑袜子网:抓住用户的心

创始人:萨米·赖尔切

模式亮点:它的商品简单得可怕,只有四款长短不一的黑袜子,而且贵得要死,一双差不多要10美元。即使如此,客户还需要先交年费,这看似是个无视市场规律的"自负者"。

但就是这样一个不可思议的网站,却拥有极高的客户忠诚度。原因很简单,它确实堵住了商务人士最容易忽视的漏洞。

黑袜子是商务人士的标配,但不同于西服、皮鞋和领带,这个廉价的配饰总是被遗忘在购物清单上。于是,每天早上打开衣橱,会发现很多黑袜子,但每一个都有破洞,无奈之下,只能找两个破洞最小的穿上……

萨米的概念很清晰,这群商务人士不缺钱,只缺贴心的细节服务。因为袜子的质量可控,所以他可以轻松计算出产品的使用周期,然后根据这个周期,定期给客户寄出产品。萨米得到了大量的预借款,又减少了仓储压力,当然最重要的是,这群忠诚的客户身上似乎还有很多待挖的金矿。

成就:在全球74个国家拥有4万名定期客户,仅在欧洲就已寄送出1000万双黑袜子。



Spotify:打败iTunes的流媒体

创始人:丹尼尔·埃克

模式亮点:来自瑞典的Spotify曾经得到扎克伯格的大加赞赏,它的股东名单里甚至有李嘉诚,但最令它自豪的还是被誉为"i-Tunes杀手"的流媒体播放器。

它改变了数字音乐史,把下载从网友的大脑里抹去。它通过流媒体技术,使用户只需要点击链接就可以免费收听音乐。而它们的盈利则来自音乐间的广告,当然,如果你想静心听音乐,也可以花费9.99英镑获得不添加广告的服务。

这种比下载更"温和"的方式获得了各大唱片公司的支持,华纳、索尼BMG、百代等都为其提供了正版音乐,这让它拥有了全欧洲最完整的音乐库。

Spotify正在重塑整条产业链,软件制造商、歌迷和音乐版权所有人三方渐渐走向一个方向。它不同于iPod的付费模式,也给了版权方充分的空间。重要的是,在传统唱片业日渐萎缩的今天,它给数字音乐产业找到了一个出口。

成就:仅在欧洲就拥有700万用户(32.5万的付费用户),而在进入北美和中国市场后,这个数字将扩大数倍。

行业模式创新

谁是下一个苹果公司

张晶 / 文

创新者通常被认为是"唱反调"的人,他们试图对行业内人们深信不疑的信条提出质疑,以求颠覆传统智慧,实现不破不立。宜家的员工会问:"为什么家具必须定制交货并完全组装完成? 为何不能提供标准化的组件,然后让消费者选择后自己组装? "而Skype的创始人Niklas Zennstrom找到了让全世界免费通话的方式,传统电信业的巨头们自此坐得不安稳了。

所谓行业模式创新,正是通过向新行业转移、重新定义现有行业的游戏规则,甚至于创建全新行业。我们挑选并向读者推荐的这些"破坏者",它们改变、撼动甚至破坏的行业包括:绿色经济、互联网经济、电信业、快速消费品行业、金融业和娱乐业。这其中最值得推荐的自然是苹果公司。它不仅提供了一贯出色的工业设计和友好的界面,更重要的是,它把新技术和卓越的商业模式结合起来。它通过iTunes让数字音乐下载变得更加简单易行,用app store为极尽丰富的应用程序提供平台,简言之,它将硬件、软件和服务融为一体,开创了一个全新的商业模式。

这些日益觉醒的商业力量,向我们传达了一系列可供借鉴的信息:更为开放的生态系统、更注重用户体验的产品、更精益化的细节管理、兼具思维的开创性和商业化的切实可行性。尽管创新案例大都来自西方市场,但完全有理由相信,拥有多样化需求的新兴市场,才是未来发展颠覆性创新的应许之地。

《非诚勿扰》:争议是最好的营销

创始人:江苏卫视

模式亮点:

(1)事实上,《非诚勿扰》并非是婚恋交友节目首次出现在中国的综艺节目中。但迥异于早年"玫瑰之约"的温馨浪漫,这款节目从一开始就刻意制造冲突,通过男女嘉宾的大胆言论、主题针对当下热点博人关注,支持和反对声一时针锋相对。争议往往是最好的传声筒,节目收视率也一路攀升。

(2)有人曾评价这档节目"集合了连续剧和系列剧的特点",一些节目中有所交锋的焦点,往往会迅速形成社会话题,像多棱镜一样反射出这个社会多元的价值观和婚恋观。

(3)在营销手段上,《非诚勿扰》不仅让嘉宾开设博客和新浪微博,还与多家相亲网站以及一系列大公司达成合作,以节目为纽带,将台上和线下有机整合。

成就:开播仅四个月,《非诚勿扰》的收视率就已击败了湖南卫视开播十年的王牌综艺节目《快乐大本营》。伴随着节目的影响力迅速蔓延,其间一度遭遇"整肃风波",但依然热度不减。在创新关乎生存的电视产业,过去一年间,《非诚勿扰》无疑形成了显著的规模和品牌效应。



永久C:改变的不仅是设计

创始人:上海永久自行车有限公司CEO陈闪

模式亮点:

(1)永久C的流行,更多是依靠网民自发传播。2010年9月,一系列名为"永久C"的自行车,让一个过气、陈旧的老品牌引起了围观——一时间在豆瓣、开心网、新浪微博等年轻人的网络聚集地中,形成了广泛的转帖、讨论,不断有人询问价格和购买地点。

(2)"永久C"的出现,则试图赢取好奇并喜爱自行车的群体,但又并非是专业而窄众的"骑行族"。因此,这款车兼具复古和时尚的特点,加之材质轻便简洁,在细节上也注意贴合时尚潮人的需求。比如在自行车车体喷涂油漆的颜色方面,就进行了细致的划分。

(3)早在两年前,飞跃鞋就曾引发了国货回潮的话题,但最终因商标抢注,并没有为大博文带来多少收益。而曾经成功重塑老品牌"美加净"、"六神"的上海家化,也在2010年,推出了在上世纪30年代曾击败资生堂的老品牌"双妹",作为奢侈品被重新包装。唤醒沉睡的老品牌,这种做法并不仅仅在中国盛行——汽车领域的迈巴赫,在2002年重返市场之前,已经停产了61年,而新生的迈巴赫进入豪华车之列,售价接近于劳斯莱斯。这些做法都深谙类似奢侈品行业中的一个重要法则——先要讲述一个好故事。

成就:永久C在淘宝网上销售的第一天就卖出了200辆;截至9月23日的两周内,淘宝网上显示的"已售出"数量为431辆。当然,仅仅靠打出"老字号的怀旧牌",并不一定能够导向商业上的成功。无论是永久C还是双妹,虽然均初步显示出了商业潜力,但能够走多远,依然有待关注。

愤怒的小鸟:小游戏的大生意

开发者:芬兰公司Rovio Mobile

模式亮点:

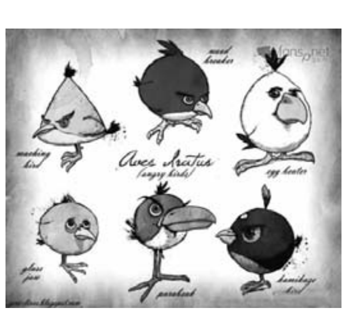
(1)《财富》杂志评论道,"愤怒的小鸟"就像是一部互动电视剧,而非传统意义上的游戏。他们并不是定价出售游戏,而是不断出售游戏体验。像这种碎片化时间也可以玩玩的"娱乐小点心",对于游戏界而言,成为不可忽视的新趋势。

(2)游戏开发者还会不断为该游戏添加关卡,已经通关的玩家们会不断重新投身更新后的游戏。每隔几周,就会有类似万圣节和圣诞节等季节性关卡发布,于是人们又会继续玩这款游戏。衍生品也是利润来源之一,节日期间,"小鸟"绒毛玩具大卖特卖,从侧面也反应出这款游戏丝毫未减的热度。

(3)当然,"愤怒的小鸟"首先在App Store中风靡开来,CEO赫德认为,"只要在App Store站住脚,就可以在所有平台中取得成功"。它继而进驻Android平台,随即又成为诺基亚新产品中着力强调的卖点。就赢利模式来看,在App Store中定价0.99美元的"愤怒的小鸟",自去年年底上线以来销量已经超过1200万。而在Android平台上,你可以免费下载这款游戏,收益来自于Google团队的内置游戏广告。

(4)"愤怒的小鸟"正开始尝试"游戏电视化",这或许对未来游戏的运营模式不无启发。

成就:制作费用大概为10万美元的《愤怒的小鸟》去年下载次数高达5000万次,该游戏是2010年iPhone最畅销的应用软件。Rovio预计不久之后在Android平台的收益将达到每月百万美元。





日本新古书店:精确定价的二手书书店

创始人:坂本孝

模式亮点:

曾为二手乐器销售员的坂本孝,目前经营着日本最大的二手连锁书店新古书店(BOOK OFF)。创业初期,他首先将目光瞄准了庞大的漫画书和文库书二手市场。

他一反以往"论斤论两"的收购方式,将书分为A、B、C三个等级——A级,看来像新书,买后可直接出售的,按原价10%收购;B级,擦拭归整后可以出售的,少于10%收购;C级,如果有处理不掉的污渍,每本10日元左右。封面脱落、有笔记和涂鸦的,一文不值。

换言之,他并不关心书籍有没有获过奖、作者是否出名,只在乎书本是否干净、完整。所有书一律按书籍原价的五折出售。他还设立了一个"100日元专柜"——一本书如果超过3个月没卖出去,100元;或者如果当天收购了很多旧书,书柜上放不下的书,100元;抑或是同一本书,库存超过5册的,第六册起都以100日元出售。

成就:当地的二手书蜂拥而至,新古书店迅速得到扩张,目前在日本有超过1000家店,还拓展到海外市场。尽管新古的营收是日本第一大书店丸善书店的一半,利润却是对方的两倍,几年前还成为了一家市值十几亿人民币的上市公司。

一分钟诊所(Minute Clinic):像卖快餐一样治病

创始人: Rick Krieger

模式亮点:

(1)快节奏服务,标准化流程,流水线操作,看病平均只需15分钟,随治随走,这听上去有点像是在未来世界发生的一幕。事实上,克利格医生已经使其成为现实。在他所创立的一分钟诊所(Minute Clinic),只诊治几种常见疾病,只要按照标准化程序,不需要昂贵的医疗设备,护士和实习医生都能快速看病。

(2)一分钟诊所不仅使服务快捷,更强调便利性。时间上,诊所力求一周7天24小时营业。而选址也考虑到人们常去的地方:比如沃尔玛、家乐福这样的大型超市内,人们在购物时即可就诊;或者是在政府机关、私人企业附近,上班族利用午休时间就可看诊;又比如选在各大连锁药店旁,病人看诊之后可以直接到药店拿药。而治疗服务的各项费用,就像列在麦当劳的菜单上一样,清楚透明,诊费也比医院平均低一半。

成就:这一诊所的出现,有效的填补了医疗保障体系的缺失,"一分钟诊所"也不再仅是一家集团的名称,而形成了一种"高效、便捷、可以负担"的医疗连锁模式。在创办第六年后,一分钟诊所被美国最大的连锁药店美国保健标志公司(CVS Caremark Corporation)以1.7亿美元收购。



正方形公司(Square):手机变身POS机

开发者: Jim McKelvey

模式亮点:

(1)还在担心因不能刷卡而错过交易的情形吗?正方形公司或许有助于解决这一难题。作为全球第一家实现用手机刷卡支付的公司,它可以实现将读卡器插在智能手机的音频接口,就能将手机当pose机使用,接受客户的刷卡服务。

(2)消费者可以通过在手机触屏签名确认,或将支付信息发送至支付方的信箱,来确保安全性。

(3)就盈利模式而言,"正方形"将向收钱一方,依照付款额收取2.8%的手续费。由于硬件成本很低,并在初期赠送读卡器来吸引商家和个人客户的使用热情。

成就和挑战:该产品一直供不应求,"正方形"公司也由此获得"科斯拉创投"1000万美元的投资。尽管产品的便利性显而易见,但由于支付手段一直不断革新,且伴随着银行卡和手机支付的进一步整合,这项产品也存在着潜在挑战。

居泰隆:颠覆你的家装

创始人:王中一

模式亮点:提供居家装修装饰的一体化服务。居泰隆就像医院一样,医院不仅为病人诊断、开药方,还提供药品和治疗服务。传统的家装企业只提供诊断和药方,客户要自己去建材市场买材料、买家具、找装修队,装修效果往往和预先的设想有很大差距。居泰隆就像一个装修医院,为客户提供从方案设计、房屋装修到购买家具、灯饰等完整的解决方案。居泰隆的一个核心特征是其自主研发的"家装设计和互动销售服务系统(HDS)",在这套系统中,有8种家居装饰风格、100多个厂家提供的1万多种家具、配饰产品的三维立体实物图样。用户只要输入房间面积、户型等信息,就可以根据自己的喜好选择装修风格、材料和家具。图片中的一切物品可以随意摆放和更换,并能看到装修后的实景效果图。家居装饰所需的每种产品的尺寸、价格、厂家信息都可以随时调出。

成就:在全国19个省市建立了15家分/子公司、180余家服务门店,员工总数超过3000人,并与国内外200多家知名生产企业建立了合作同盟关系。



贝塔佩斯(Beta Place):打造电动车的生态系统

创始人:前SAP高管沙伊·阿加西(Shai Agassi)

模式亮点:

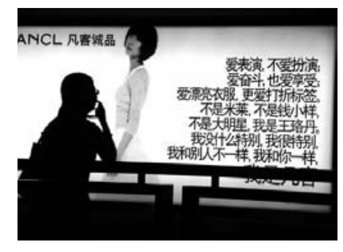
(1)对于一个日益成长的巨大的电动车市场,人们以往谈论的大多是技术革新,甚至更具体的就是如何延长电池寿命的问题。但阿加西首先想到的是,要让电动车和燃油汽车一样好用,必须重建一个系统:能够以新换旧的自动充电更换站、随处可见的便捷网络、一个能够管理电网并引导驾驶者找到充电更换站的软件系统。

(2)就商业模式而言,阿加西意识到,正如前总统克林顿所言,电动车的推广不仅要争取新车购买者,更要打动二手车购买者,在美国,那是一个更大的市场。电动车价格高于汽车,但电比汽油便宜。阿加西认为,如果想在能源上获得利润,就该为电动车提供更多补贴,这就像手机运营商为买手机的人提供高额补贴以绑定大量通话时间一样。

成就:很多国家都对此表示了兴趣,目前,贝塔佩斯还在与东京最大的出租车运营商进行一项电动车电池更换网络系统的可行性实验。下一步贝塔佩斯将在更广泛的范围内,与加拿大、中国及法国开展类似的搭建电池充电系统网络的合作。

凡客诚品:"创新就是乱来"

创始人:陈年



模式亮点:(1)与其说过去一年人们在谈论"凡客诚品",不如说更多谈论的是"凡客体"。这个最初仅仅是为代言人韩寒、王珞丹打造的广告文案,意外地引燃了网民极大的参与热情,并衍生出花样繁多的各类版本。

(2)2007年成立的凡客诚品,最初以男性衬衫为出发点,沿着工作、生活、户外这条线,从时尚服饰到家居用品,不断开发新产品,着力打造"人民时尚"概念,陈年说,"卖服装就像Facebook,核心是对人性的理解。"

(3)从卖服装到卖生活方式,这仅仅是陈年对于电子商务的微创新之一——用占整体费用的5%的牛皮纸进行外包装、用户投诉可直接送达高管、当面验货及无条件试穿、设计众包、卖帆布鞋等一系列做法,都为其赢得良好口碑。

(4)相对于"第一代B2C"直接将传统方式制造的产品搬到互联网上去卖的模式,陈年创立的凡客最大的不同,则是试图用互联网技术整合产业链、获得规模并塑造品牌。

成就:2010年销售额直指20亿,并公开宣称2013年要达到100亿。

每克拉美:新一代钻石商

创始人:万子红

模式亮点:(1)爱情童话中,如果约定了一生一世,情人们多半会想去选颗晶莹剔透的钻石作为信物。不过,新一代的钻石商人们却认为,消费钻石应该更轻松些。你可以去逛商场里的钻石专柜,可以选择网购,甚至去超市里买。于是,万子红就在北京开了家钻石大卖场,这装修朴实、占地阔大的卖场声称——"一样的钻石,一半的价格"。

(2)"买钻石也是一种投资",这是万子红抛出的一个新概念。他赌定未来几年里,钻石一定会升值:一方面,资源衰竭导致钻石减产;另一方面,通胀预期,房产、股票的不稳定,使得人们愿意寻找更靠得住的硬通货。充分认识到"鸡蛋不能放在一个篮子里"的投资者们开始认为,买钻石也是一种可行的方式。每克拉美所要做的就是,打通钻石回购通路,让老百姓手中的钻石开始流通。

成就:2010年开业,当年即达到3亿元的销售额,并开始向全国扩张。

协作模式创新

“微”时代来临

张琪 / 文

“微”，在这里代表个体、细小和具体，与其相对应的是群体、宏大和概括。如果说世纪初的那场网络泡沫之前的十年最终证明只是属于精英和投资客们的一场虚无的狂欢，那么，接下来的十年，我们看到的则是一场彻彻底底的网络“去神化”运动。互联网，或者说更广义上的IT和通讯技术以及它们之间的彼此融合已经细雨般深入到每个人的生活中，成为存在的一部分，成为相当一部分人的生存方式。在重塑每个个体的面貌的同时，也在戏剧性地影响着人与人之间分流和聚合的方式。

从微博客、微写作到微支付、微捐赠，我们看到，创新，也正呈现出真正贴近于“人人”转向。网络上的个体经验——对符合自己独特兴趣的内容的高度渴求——将极大地决定最终产品的形态以及企业的宣传策略。今天，人们定制并阅读个性化的新闻，follow朋友同事在Facebook和Twitter上的八卦和链接，下载iTunes和Hulu上自己兴趣的视频……网络正在极力地进化，试图迎合每个个体的口味。

没有意外，关于协作创新的案例，几乎全都和互联网行业紧密相关，除此之外，又有什么东西能像互联网这般迅速而准确地跟随这股“个体化”的趋势，进而在瞬间转换角色、腾挪边界、重构分工和价值链的排列组合？其中的一些如团购、奢侈品网站、网上写作工厂、flattr.com以及kickstarter.com等都是对个体需求的直接回应，而InnerWorkings、Made.com、Intellectual Ventures等创意则体现了电子时代“去中介化”的必然趋势。

在“微”时代，群体的概念依然存在，却是以“社群”、“组群”或“圈子”的形式出现。在这些“群”里，个体的面貌清晰可见，人与人之间的联系直接而生动，空洞的宏大和对个体无视的日子已经逐渐远去，就让我们欣然迎接美丽“微”时代的到来吧。



Groupon：团购先锋

创始人：Andrew Mason

模式亮点：(1) 把享受同一类需求的人聚集到一起，然后再针对他们进行有针对性的服务，通常这些购买者之间会有一些共同的兴趣爱好，例如喜欢瑜伽，或者喜欢听歌剧等等，然后再对他们进行产品的推广。每天团购一件产品，实际上并不是通过所卖产品的数量来作为盈利点，更多的是在服务客户的各种需求。(2) 除了卖服务之外，Groupon网站的精品策略也十分奏效。对于产品和商家严格把关，折扣在40%–90%之间，让客户得到真正的实惠。(3)为商家进行折扣服务促销后，收取高达30%–50%的销售佣金。

成就：2010年Groupon已经扩张到35个国家，并在500个新市场推出了服务，其与5.8万家当地企业合作，在全球共提供了超过10万笔交易，为消费者省下超过15亿美元。一年里，Groupon的订阅用户从200万增长至5000多万，增幅超过2400%。此外，2010年福布斯杂志还将Groupon评为史上成长最快的公司，其上线7个月即开始盈利。另有报道称，Groupon 2010年的营收约为8亿至10亿美元

GroupMe：“群组”正流行

创始人：杰瑞德·赫克特与史蒂夫·马尔托

模式亮点：(1)最近几个月，短信快速群发软件纷纷问世，而目前在该领域表现最突出的是GroupMe。(2) GroupMe的用户囊括了各类手机用户，还专门为iPhone和Android开发了专门的应用程序。(3) 使用GroupMe，群里的所有用户都可以收到回复。赫克特说：“人们随时随地都携带着手机，而且GroupMe并不需要互联网连接。”(4) 短信恐怕仅仅是GroupMe及其竞争对手的第一阶段。他们为该产品制定了18个月的具体发展计划，为用户提供有价值的服务和为后续产品建立用户群，赫克特提出的一个想法就是“实时团购”。虽然GroupMe并未透露其用户数量，但想必不在少数。按照赫克特的说法，用户们“每周都会发送数以百万计的短信”。看起来，真正“俘获”用户和风险投资家的，与其说是“沟通”，不如说是群组的力量——从Groupon到GroupMe，再到Facebook的群组功能。

成就：2011年1月刚刚在第二轮融资中筹得1060万美元，资金来自科斯拉风险投资公司 (Khosla Ventures)及其他投资者。此外，GroupMe曾在去年8月份的首轮融资中获得了来自betaworks、SV Angel、First Round Capital和Lerer Ventures的85万美元注资。



Inner Workings：去中介化

创始人：Eric Lefkofsky 和 Rich Heise

模式亮点：InnerWorkings创建了一个名为PPM4的数据库，里面有超过8000家印刷厂的设备信息、历史定价信息、目前设备利用情况等数据。InnerWorkings系统会根据用户打印需求和数据库实时动态创建一个即期市场，用动态竞标的方式为客户在有闲置设备资源的打印厂找到远低于长期市场平均水平的服务。在为用户提供这样低廉价格的情况下，InnerWorkings还是能获取最高30%的收益，可见它们的系统为原本离散无序的商业印刷市场提升了多高的效率。更为宝贵的是，InnerWorkings数据库的信息随着服务客户的增加日益精准高效，以至于像联合利华这样的大公司也将外包所有品牌印刷、促销与展示相关文件，包括直接寄发的邮件、采购单印刷、商业印刷、包装等给InnerWorkings。

成就：InnerWorkings自成立起创造了从2002年400万美元收入到2008年4亿美元收入，7年100倍的成长，并在2006年成功登陆纳斯达克，市值曾一度近9亿美元。

Gilt Groupe：奢侈品在线抢购

创始人：Alexis Maybank 和 Alexandra WilkisWilson

模式亮点：采用了与线下奢侈品样品售卖会完全相同的操作过程，只有受邀加入的会员才能进入其网站选购商品。每周，会员的电子邮箱里都会收到若干份样品售卖通知，涉及的品牌不乏Zac Posen、Marc by Marc Jacobs、Donna Karan、Alessandro Dell´Acqua这些如雷贯耳的名字。Gilt网站上的所有样品售卖活动都会在当天中午12点准时开始，并持续36小时。在货源方面，Gilt Groupe公司选择直接与设计师工作室打交道，出售这些时尚圈内著名设计师的最新作品，甚至是样品和非卖品。在货源方面，Gilt Groupe公司选择直接与设计师工作室打交道，出售这些时尚圈内著名设计师的最新作品，甚至是样品和非卖品。

成就：成立不到三年，但增长速度已超过当年的Amazon亚马逊，并且营收惊人。同时该网站吸引到了风投的目光，目前已经获得大笔融资。



Demand Media：写作工厂

创始人：理查德·罗森布拉特

模式亮点：(1)Demand Media密切监视互联网流量，利用专有软件随时寻找热门搜索和广告关键词，使用一定算法判断哪些关键词可能生发出一篇有利可图的文章，然后拟定标题，招募自由写手和编辑利用业余时间来生产内容。由于内容与搜索关键词高度相关，这些文章可以最大限度地吸引流量，只要用户搜索某一热门词汇，结果就会有一项指向Demand Media发布了相关文章的站点。(2)将传媒生产的精髓与新技术完美结合在了一起，传媒生产的精髓是指内容品质的可控，新技术是指“众包”——公司或机构把由员工执行的工作任务，以自愿的形式外包给非特定的（通常是大型的）大众网络。(3)Demand Media网罗了超过1万名的自由写手，每天生产4000~6000篇文章，总的文章篇数已经超过百万篇，散布旗下各个站点，编辑要做的事情是确保文章品质的均衡统一。一名自由写手在Demand Media系列网站上发表一篇文章，Demand Media会支付给他3~15美元不等的收入，相应的网络编辑可以得到3.5美元。自由写手和网络编辑也可以选择分享内容产生的广告收益。

成就：旗下eHow.com连同其他65个“怎么办”网站，如LiveStrong.com（营养和健康知识）、golflink.com（高尔夫知识）、trails.com（户外活动知识），每月的点击量已经超过1亿人次，比迪斯尼、NBC、ESPN等任一媒体的网站点击率都要高。三年时间不到，公司的营收已经超过2亿美元，完全实现了盈利。

篱笆网：多模式混合体

创始人：徐湘涛

模式亮点：从团购模式起家，篱笆网正在变成携程、淘宝和天涯的混合物，在某种意义上，篱笆可能是中国电子商务领域最独特的创新之一，它甚至影响了传统行业的服务水平。其介入的领域只有建材、装修、婚庆等几个有限的垂直行业，但几乎参与了双方交易的全过程，从商品信息的发布、营销到下定单、支付，甚至后续的客户服务，相对于淘宝，篱笆的服务范围更狭窄但也更专业。

成就：目前篱笆网上已有超过200万的注册用户，2000多个合作商家。篱笆网创业以来一直盈利。2006年6月与2008年6月，篱笆网分别获得美国成为基金的330万美元和瑞典银瑞达(Investor AB)、美国华登的1500万美元投资。如今的篱笆网在目前的建材、装修、婚庆等几个领域中，已经筑就了足够的竞争壁垒，甚至开始影响这几个领域的运作模式。

Intellectual Ventures：专门运营知识产权的公司

创始人：Nathan Myhrvold

模式亮点：全球最大的专业从事发明与发明投资的公司，与优秀的发明者合作，寻找并筛选出拥有市场前景的发明创造，帮助发明者将其发明创造开发成国际发明专利，继而通过专利授权等方式实现市场化，并与发明者分享利润。

成就：在过去的十年当中，Intellectual Ventures已累计募集50亿美元资金，并积累了大量的知识产权，拥有超过3万项专利。被认为是全球拥有最多产品线，但从未制造或销售产品的公司之一。据称，该公司已通过专利授权获得了近20亿美元的收入。



Pay With a Tweet.com：微支付系统

创始人：innovative thunder 团队

模式亮点：这个网站可以将用户的社交关系转变成真金白银。无需通过现金购买产品 (主要是数字产品，如音乐、软件、图书、视频等)，只要向自己的Twitter粉丝或facebook联系人发布产品宣传信息，即获得（下载）相应的商品。其背后的逻辑和公关业界将装有新产品的礼品袋免费邮寄给编辑、评论家、名人或记者以期获得正面评价进而推广产品如出一辙。这一被称为“社交支付系统”的应用还只是一种初级形态，未来，pay with a tweet和类似利用社交关系的支付系统将演化成更加强大的口碑营销平台。

成就：已经有超过30万的用户通过发布tweet或在facebook上发帖子来购买产品。

Echo Global Logistics：大中型企业的物流外包服务提供商

创始人：Eric Lefkofsky 和 Rich Heise

模式亮点：和商业印刷一样，美国6000亿美元的货运市场高度离散，有超过10万家服务提供商。在同一时间总是有超过30%的运输能力被闲置。Echo每天从它超过15000家客户那里获取它们当天的货运需求，然后利用它独有的数据库系统ETM自动生成一张可能有闲置运力的货运提供商名单以及它们可能的定价分布。Echo将这一预测信息通过网络直接传给了它位于印度的外呼中心。中心客服就会据此通过电话和名单上的货运提供商联系并谈价，同时将谈价过程中搜集的运力和价格信息及时输入ETM数据库中。正如InnerWorkings为闲置的印刷设备提供了买家那样，Echo也为闲置的运力资源创造了一个即期市场。据统计，通过Echo，客户平均每单能节省6%–12%的成本。

成就：Echo的收入从2005年创立之初的700万美元快速增长到2009年的2.6亿美元，5年成长了37倍，并于2009年成功在纳斯达克上市。

青蛙思考

笑看用户体验72变

亚当·理查德森 吕能能 / 文

顾客就是上帝，做好生意的诀窍自然就是让顾客满意。商界历来都深谙这个简单而朴实的道理，将优质的用户体验视为核心竞争力。但正如“创新”和“设计”这两个字眼一样，“用户体验”究竟该如何定义呢？它可以表现为在数字平台中的互动，如访问网站和操作智能手机，也可以是购买流程和售后服务，甚至于是呼叫中心处理一个投诉的速度如何。面对用户体验如同孙悟空式的七十二变，人们往往沉迷于穷尽其外在表现形式，而知其真容和精髓者并不多见，Zipcar正是其中之一。

这家成立于2000年的汽车租赁公司，目前已成为美国最大的汽车共享服务商，随时随地提供以小时计的租车服务。Zipcar的用户体验基于互联网技术，人们可以通过安装了Zipcar应用程序的终端设备了解服务、注册成为会员、依靠定位识别来查询和预定附近可调度的车辆。传统租车服务繁琐的前期步骤，如今轻触手机键盘即可完成，如同可口的开胃小菜让人争相举箸，而且它便捷省心的美妙滋味，让潜在顾客迫不及待地品尝后面的大菜——从取车、还车和购买乘客保险，到选定合理路线以便加油和停车咨询信息，无论是否与租车服务直接相关的各种细节，只要能惠及用户的驾驶之旅，都会事先安排妥当。这道无微不至的关怀“佳肴”远比想象中的更为可口，让人不禁大快朵颐，极大地提升了用户的忠诚度。

虽然Zipcar的成功摆在眼前，但人们仍对用户体验的品质是否可以经过设计持有疑问，这归根结底是人们对用户体验可控性的怀疑。体验是非常主观的，无论事先将细节设计得多么周全，用户在现场的感受、情绪和行为总有出人意料的地方。人不是机器，他的反应没有程序可遵循，不一定能成计划之美，所以那些自认能提供完美用户体验的企业都不免有些一厢情愿。但无论如何，这种虚妄并不能成为企业放弃研究用户体验的借口，也正因此，企业才更要摸清“意料之外”里的“情理之中”。

在私家车非常普及的美国，Zipcar的汽车共享服务能如此风靡绝非偶然。它对顾客可能遇到的所有问题、困难和需求均给予了细致入微的体察，以便捷省心为原则，利用技术手段塑造所有细节，最终深入人心。更难得的是，早在人与企业和品牌产生关系的瞬间，Zipcar的用户体验就已运行，而不是将用户体验的起点简单定义为“用户”出现的那一刻。“用户体验”不一定自一开始就伴随着强烈的消费目的，有时它仅源自一个好奇的张望，一次谨慎的尝试，远在人进入“用户”这一角色之前。用户体验的最初获得往往是不自知的，但优质用户体验的诞生，必然是在有意识地研究规划用户与企业和品牌的关系之后。因此，虽然Zipcar的潜在用户能否悉数变成真正的用户是个未知数，但初始体验可以作为最有效的用户关系发展手段，这点却毫无疑问。

由于用户体验难以捉摸，所以掌握其规律好比拥有神秘而强大的魔法。只有少数企业能熟练地运用这种魔法，并且经常施法，而一旦这种魔法持续展现惊人效果，它们也就在业内赢得稳固地位。最典型的例子莫过于苹果和谷歌了。不过幸好《哈里·波特》中的魔法界和麻瓜界之分在现实中并不存在，用户体验的魔法是人人都可以习得的，因为它的施展不依赖咒语和魔杖，而是基于真实可控的元素：用户在与企业和品牌发展关系中形成的接触点，也就是上文Zipcar不遗余力塑造的细节。虽然接触点数量庞大，种类繁多，但通过将其有效整合，便能响亮地传达出一致的信息——好比Zipcar的方便和快捷、苹果的精致和娱乐、谷歌的实验和先锋，而这种整合的方式就是打造产品和服务的生态系统。Zipcar的网站、广告、取车还车、付款和客服在设计上都如出一辙，无不在强调“快捷简便”这个关键词。其实，打造优质体验并不神秘，关键在于产品和服务开发团队中的所有成员能否跨越领域和项目阶段，始终通力合作，使魔法发挥出最大效应。在成功的用户体验案例中，经常出现研发、设计、市场、销售、零售、售后服务等所有相关人员一起研究某一个顾客接触点的情形。

当然，因行业不同，“用户体验”的重心也会随着转移，但组成“用户体验”的要素始终是这三点：用户关系、用户接触点和产品服务生态系统，而构成“用户体验”的框架则是这三者的叠加：用户关系为体验发生条件，用户接触点为体验形式，产品服务生态系统为体验内容。在此基础上，打造优质的用户体验自然也是万变不离其宗，简而言之可归纳为三步：一是勾勒出用户与公司以及品牌的关系发展的轨迹；二是沿着关系发展的轨迹寻找用户与公司和品牌的所有接触点，并根据体验的中心词加以塑造；三是将所有接触点有机整合，使其传递出一致信息，形成产品服务的生态系统。这三步分别代表了用户体验设计三个层层递进、周而复始的主题：理解需求、满足需求和强化需求。

（作者为青蛙设计战略总监和传讯专员，亚当·理查德森(Adam Richardson)同时著有《Innovation X: Why a Company´s Toughest Problems are its Greatest Advantage》）



免费的 VeryCD 可不可以有

张邦松 / 文

1 月 22 日深夜,中国最著名的资源分享下载网站之一 VeryCD 突然关闭了音乐频道和影视内容下载。失去了这两块最核心的业务,这家提供 P2P 下载服务的网站的生存前景令人担忧,而长期在这个平台上寻求免费资源的网友亦感到措手不及。这一事件的大背景是中国政府正在加大对知识产权的保护力度。早在 VeryCD 之前,已有数百家提供 P2P 下载服务的网站被关闭。VeryCD 的命运与 P2P 下载的始作俑者 Napster 一样,被大多数人喜爱,却因为触犯了法律和商业的某些禁忌而被毫不留情地置于死地。Napster 是第一家利用 P2P 技术提供音乐下载的网站,这家成立于 1999 年的网站很快就拥有了 8000 万的注册用户。但它面对诉讼的时间几乎与它的生命一样长。成立当年,美国的五大唱片公司就指其涉及侵权歌曲数百万首,并提起诉讼。2002 年,Napster 官司败诉,无力支付高昂的赔偿金(每首歌 10 万美元)宣告破产。

听上去是不是很像一个惩恶扬善的故事?非法的盗版者——也有人称之为小偷——在威严的法律面前得到了应有的惩罚。很多因下载盗版影视、歌曲的网民对此似乎也只能认同,他们在内心深处接受这样的逻辑,即盗版就应该受到惩罚。所以在 VeryCD 关闭下载服务之后,网民的反应很能说明问题,尽管他们一片哀叹,但很少能理直气壮地表示反对,他们的心情类似于在单位打免费电话的权利因为某种管制被取消之后,所表现的那种怅然若失和有苦难言。

互联网的出现无疑加速了知识的流动,也让人们对知识产权的界定和保护变得更加困难。我们来不及认真思考这个潮流带来的深刻改变,而是倾向于用惯性思维解释这种变化,于是法律像打击小偷一样打击盗版者,我们也把这种状态奉为常识。所以,当 P2P 被作为一种作恶的技术打入冷宫时,我们几乎连本能的反对意识也没有。技术本身应该是中性的,但将 P2P 网站一关了之的做法,却好像这项技术与生物武器和克隆人一样,充满道德风险。

这显然是不正常的。这个结果让我们不得不重新思考,在这场高举知识产权大旗的战役中,谁才是最后的受益者?结论似乎显而易见,所有知识产权所有者都是胜利者,他们得到了有效的保护,这也是这场战役正义性的根源。与此同时,商业秩序焕然一新,创新者干劲十足,按照知识产权主义者的说法,他们的劳动成果得到保护,会激励他们进一步创新。

果真是这样吗?至少一个名叫埃德温·霍华德·阿姆斯特朗的人给出了否定的回答。此人是无线调频(FM)广播的发明者,并获得了四项专利。但不幸的是他生在一个调幅广播大行其道的时代,以至于当他兴冲冲地把这项明显优于调幅广播的技术介绍给自己所供职的美国无线电公司时,他受到了极其冷淡的对待。因为他的发明将对调幅广播现有的商业体系造成毁灭性的冲击。这项技术发明后的 15 年,它都未得到应有的重视,直到美国无线公司发现调频技术可以应用在他们新兴的电视技术标准中,它才得到推广。但美国无线公司居然宣布这项技术无效,不肯支付专利费。接下来是长达六年的诉讼,在这项专利即将过期之际,美国无线公司提出了一个和解协议,给出了极低的赔偿,甚至不够他支付律师费。悲愤交加的阿姆斯特朗显然无法接受这样的结果,一代发明天才选择了从 13 楼一跃而下。

这个故事至少部分证明了,专利是否得到保护与创新是否得到鼓励之间,并无必然联系,或者说,如果有也只能是理想状态下的产物。更多时候,

> 当知识产权拥有者情有可原地抱怨“我们损失了这么多”的时候,我们必须要问问他们,“整个社会从 P2P 共享技术中得到了多少好处呢?

这二者之间可能横亘着一个利益集团,如果创新有利于它,当然好说(议价时也会出现麻烦),如果创新不利于它,那么请参照阿姆斯特朗的结局。很多从创新中崛起的公司,一旦地位稳固以后,也会毫不犹豫地成为新一代创新的审判者。美国很多电影公司当年为了躲避爱迪生对电影专利的控制,从东海岸迁移到了荒芜西海岸好莱坞,但现在他们中的一些现在成为了知识产权保护最积极的鼓吹者。他们从被告席走向原告席的经历告诉我们,对待所有高举正义大旗的人都要保持警惕,至少对他们动机保持警惕。

那么,回到我们的主题上来,在对于 P2P 技术的管制中,是否也存在某种不足为外人道的保护主义倾向?而且如劳伦斯·莱斯格在《免费文化:创意产业的未来》中所说的,这“并不是保护艺术家的保护主义,它保护的其实是某些商业形式”。

莱斯格认为事实的确如此。“互联网已展现出一种非同寻常的可能性,它打破了地域的限制,许多人参与到文化的建设和发展过程中。这种力量已逐步改变了文化的创造和培育市场,并对已建立的内容产业构成威胁……这使得受到威胁的商业企业联合起来诱导立法者运用法律对他们加以保护”。

莱斯格认为,这些企业这样做是因为他们要趁互联网改造自己前,先一步改造互联网,“而且这个计划也在逐渐走向成功”。但问题是,这样做的正当性是否经得起推敲?正如当管理者关闭一家像 VeryCD 一样的 P2P 网站时,他们是否提供了足够有说服力的理由?用“常识告诉我们”这样的句式或者单方面的数据都无法让这一行为变得理直气壮。如果要回答这个问题,其实只要说清楚 P2P 共享技术是否造成了危害,这个危害程度有多大。

劳伦斯·莱斯格提供了一个分析方法。他将使用共享文件的人分成四类:

有些人使用网络共享的方式取代了原本进行的购买和消费,例如某人发现周杰伦的新专辑可以在 VeryCD 上下载之后,就放弃了购买的计划。

有些人在购买唱片之前会把唱片下载下来试听一下。某人不知道周杰伦的新专辑是否好听或者根本就不知道周杰伦这个歌手的存在,于是下载了他的歌,然后决定是否购买。

有些人通过共享获得了一些受著作权保护,但著作权人已经不再销售的东西。20 年后,某人从网上下载了周杰伦的《双截棍》,周杰伦仍拥有版权,但他已经不再卖唱片。

有些人通过共享获得了没有著作权或者著作权人放弃著作权的资料。如耶鲁大学的公共课程,可以在网上自由下载。

这四类使用共享文件的行为中,第一种对著作权人的危害是显而易见的,第二种虽然不合法,但对商家而言有一定益处,第三种不合法,但对商家也无害,而且有助于文化作品传播,第四种完全无害。那么,弄清楚第一类共享害处有多大,其他共享益处有多大,就成为评估 P2P 模式的关键。

我们姑且以最近热播的电影《让子弹飞》为例,该片的制片方表示,由于盗版行为,他们的票房损失过亿。我不知道这个数字如何得出,但这无疑是第一种共享方式危害性的体现。但在互联网时代,制片方这种计算损失的方式显得有失偏颇。如果考虑到这些盗版电影的观看者(他们其中很多人都是活跃的网友)在网络上对电影进行的评论、赞扬、诋毁,从而对这部电影起到的宣传推广作用,他们是否能弥补自己让制片方损失过亿票房的“罪过”呢?

如果这个数字无法统计,那么制片方或演员是否因盗版而获益,有一个再明显不过的例子。美剧《越狱》从未正式引进中国,但该片的主角文特沃斯·厄尔·米勒却成为通用汽车在中国推广雪佛兰汽车的形象代言人,此外很多人因为这张英俊的面孔掏钱进电影院看了中影公司引进的《生化危机 4》。我们是不是可以说,除了那些美剧迷,通用汽车和中影公司也是盗版行为的受益者?《连线》杂志主编克里斯·安德森认为,整个世界就是一个交叉补贴的大舞台。失之东隅,就有可能收之桑榆,在互联网时代,这个趋势尤其明显。

正如莱斯格所说,当知识产权拥有者情有可原地抱怨“我们损失了这么多”的时候,我们必须要问问他们,“整个社会从 P2P 共享技术中得到了多少好处呢?我们的效率又提高了多少?我们又得到了多少本来得不到的东西?”

在写这篇稿件时,我的电脑正播放着一名叫丁当的歌手的歌曲。在一个 P2P 音乐播放平台发现她的名字之前,我根本不知道有这么一位歌手,更不可能去收藏她的 CD 或去听他(她)的演唱会,但现在,上述可能性出现了。我并非不以为耻地炫耀自己“践踏”知识产权的行为,而是想说明,这是一种互联网时代较为普遍的行为模式,政策制定者和企业应该承认并且认真对待这种行为模式,他们才有可能寻求有利于自己的管理秩序和商业格局。保护和尊重知识产权必须成为每个公民的共识,但与保护知识产权的滚滚潮流齐头并进的,还有互联网的共享精神,这二者之间如何平衡与融合,是需要认真对待的问题。除非有商业之外的考量,否则,简单禁止网络共享的行为在如今的商业世界是难以成立的。

喜得龙的新版图

李晶 / 文

“创业初期,由于资金匮乏,条件非常简陋,厂房是租的。车间天花板的原材料都是沥青。”19 年后,喜得龙总裁林水盘回忆起创业时的困境时不免唏嘘。这个 42 岁泉州人的口头语是那句经典歌词“爱拼才会赢”,他有着福建人特有的宽广的额头和浓重的眉毛。按照闽南人好客的习俗,林水盘泡上好的铁观音招待大家,但他不喜欢讲客套话,寒暄几句就进入主题,他的语速不急不慢,语气淡然,你很难从他的表情中察觉出过往经历的艰辛与豪情。

1985 年,17 岁的林水盘开始了自己的学徒生涯,他脑子活、做事踏实,从包装、跑业务到开拓新市场,对鞋厂的产供销一条龙驾轻就熟。1992 年,在鞋厂做了 7 年学徒的林水盘创办了一家小鞋厂,包括亲戚朋友在内,不过十几名员工,厂房很小,就像几间简易搭盖的小工棚。林水盘说,自己最大的特点就是不怕吃苦。比如公司建新厂房的时候,他每天都到工地呆上几个小时,累的时候,用工地上的自来水洗把脸,连饭都顾不上吃。不过,他并不是一个事必躬亲的人。“企业家如果大事、小事都管,任何事都抓,就会让员工的智慧与潜力得不到发挥,他们就不会创新。而且更重要的是,没有大局观的企业家会抓芝麻丢西瓜,丧失真正的机遇。”他挥了挥手说,“企业家在组织中发挥的应该是‘脑’,而不是‘手’的作用。”

2001 年,林水盘注册了“喜得龙”品牌,这个喜庆的名字源于“中国人喜欢把龙当作吉祥物”的想法。而接下来的任务,是如何在全国打响这个品牌。那个时候,整个晋江鞋都盛行的是“港台明星代言风”。林水盘却琢磨着,自己决不能和别人打出一样的牌。于是,他邀请了国家体育总局局长助理、原国家乒乓球总教练蔡振华做形象大使,后来,喜得龙的代言队伍还出现过一位教授——中国科学院博士生导师孙怡宁。

2009 年 10 月 30 日,喜得龙在美国纳斯达克上市。上市前,国内股权基金——新天域资本宣布 3000 万美元收购喜得龙 396 万股股份。随后,新天域资本还通过行使这些认股期权向其追加 1310 万美元的投资。这些让喜得龙有足够的资金向前冲。林水盘告诉我,他最新计划是“5 年内,喜得龙在全国的专卖店达到 10000 家”。

转型

上世纪 80 年代初,不少晋江人依靠锤子、剪刀,缝纫机起家,他们从事投资少、技术要求不高的鞋业生产,并迅速发家致富。

不过,林水盘的想法从来没有停留在做一个鞋厂上。随着小鞋厂不断发展壮大,他意识到,代工只能充当无名“二传手”的角色,利润低,而且并非长远之计。于是他决心开创自有品牌,独立开发设计、生产。

90 年代末期,鞋厂已经比建厂之初扩大了 150 多倍,已经是当地一家规模较大、工艺质量较高的企业。林水盘通过多年代工得出的产销数据进行分析,又往返北京、上海、广州等地进行实地调查研究。他得到的数据显示,全球体育产业的年产值高达 4000 多亿美元,年增长率达到 20%以上。“而当时国内的体育产业起步晚、规模小,产值和国际相差了 10 倍。”林水盘说,“这就是机会。”

转型的方向定了,然后就是搭建团队。“人才任何时候都重要。”林水盘说,“企业的竞争首先是人才的竞争。谁有了专业的人才、找对职业经理人,谁就能打胜仗。而如果一旦发现,企业现有的管理模式难以进行人才引进或者难以让人才发挥作用,那就应该进行结构调整,组织是可以变的,因为人才比什么都重要。”

2001 年,随着形象广告广告片在 CCTV5 播出,喜得龙运动鞋开始迅速在全国蹿红,来自各地的订单如雪片飞来,生产能力不足的短板一下子凸显出来。那时,一向谨慎稳重的林水盘竟然亲自赶到莆田,一天之内收购了两条颇具规模的生产线。

解决了生产规模的短板问题,研发成为了“重中之重”。“我们每年要将销售额的 5%来进行产品研发,喜得龙建立了一个庞大的数据库,目前已能‘量脚定制’。”林水盘说,中国人的脚型与西方人不同,必须收集数据做研究,才能做出更适合国人的鞋。如今,人们看到,在喜得龙的专卖店内摆着一台长方形的“家伙”——“足型扫描仪”,消费者将脚伸进这台机器中,其足弓高低、脚掌主要支撑点、脚踝受力大小等数据都将会被准确记录。

新版图

事实上,运动服饰市场一直是一个红海,国际品牌分走了一半的市场,众多国内品牌挤在另一半市场里,仅在晋江就有 3000 多家同类公司。竞争如此残酷,如何能出奇制胜呢?

“经济学有个原理叫‘飞轮效应’,它是指为了使静止的飞轮转动起来,一开始你必须使很大的力气,飞轮会转动得越来越快。达到某一临界点后,重力和冲力就会成为推动力的一部分。这时,你无须再费很大的力气,飞轮依旧可以快速转动,而且不停地转动。”林水盘说,这意味着如果你能踏准节奏,抓准时机,然后就会快速行进。在他看来,上市之后,喜得龙依靠飞轮效应驶入了快车道,而接下来,要面临的是如何有效扩张的问题。

“中国几千个县、市,如果我们在每个县市都开两个专卖店的话,那意味着七、八千家终端网点,这是很大的一个市场空间。”林水盘认为“未来两三年喜得龙将进一步巩固在二、三线市场的占有率。除此之外,我们将从二、三线城市向一线城市进军,完成产品经营者到品牌经营商的转型。”

不过,这并不是一个盲目扩张的计划。“我们会把每年的关店率控制在 5%范围内。专卖店是一家公司的品牌形象,如果盲目大规模的开店会事倍功半。”他说,“因此在接下来的几年时间内并不会投入过多的精力在开大店、旗舰店上。”

除了专卖店的扩张之外,寻找新的利润点成为了公司的新目标。“现在运动产品市场已经趋近饱和,发展势头没有前几年那么猛,单靠消费者的自然增长已经远远支撑不了整个市场,需要找寻别的增长点。”林水盘表示,如今上市所募集的 1 亿美元资金主要投入了研发、营销、补充流动资金等。他透露,公司也在谋划电子商务平台,同时正在对“85 后”、“90 后”人群的生活方式和价值观念进行深入研究,在未来,生活时尚类的产品才是真正的运动服装市场的主流。

多品牌计划

众所周知,晋江的鞋企起步于上个世纪 80 年代末、90 年代初,主要分布在陈埭镇,这里鞋企占全市鞋企总数的 85%。2001 年,晋江被中国皮革和制鞋工业研究院认定为“中国鞋都”。自 20 世纪 90 年代中期以来,海外市场一直是泉州鞋企的重要阵地。早在上世纪 90 年代中期,晋江鞋在海外长期是走批发市场,在品牌价值上没有明显的体现。2003 年 6 月在匈牙利布达佩斯开业的“晋江街”是泉州品牌走向国际的一次集体尝试。而在 2006 年,东南亚市场开始成为泉州运动品牌海外扩张的新据点。

不过,随着市场的日趋成熟,晋江鞋都的隐忧也越发凸显。原材料价格上涨、劳动力成本大幅增加、银根紧缩、融资困难等都加剧了鞋都发展的困境。

林水盘告诉我,全球金融危机后,陈埭镇选择了为 101 家重点企业设立“一企一档”。通过建档,对企业进行实时跟踪,当月更新,全面掌握企业生产规模、品牌战略、销售网点、市场分布、业务开拓、科技创新、用工等详细情况,及时发现问题。此外,镇里还成立了工业生产调度室等密切关注企业生产要素供需状态、资金运转等情况。

“以前晋江就是靠价格才把温州的市场抢了过来,而如今也遭遇了其他地方的价格战。”林水盘说,要想改变这一现状只能转型升级,并且切入高端市场。

林水盘表示,喜得龙在美国的上市公司除了进一步巩固“喜得龙”品牌在国内二、三线市场上的占有率之外,还将收购一个或多个欧美高端品牌,实现进军国内一线城市的计划。“欧美高端品牌的优势在于品牌效应、科技研发,而本土品牌的强项则在供应链管理与终端销售等方面,对欧美高端品牌的收购有助于加快我们切入国内高端市场。”他说。

这显然是一个聪明的做法。林水盘说,目前只着眼于那些能够为中国消费者所接受和改造的世界知名品牌。而去年包括 TheSharper Image、Linensn Things 和 Eddie Bauer 在内的一些美国品牌申请破产保护之后,都待价而沽。

在他看来,“收购或合作代理境外品牌在大中国区的代理权,不仅会获利,更重要的是会为进军国际市场积累丰富的经验与资源。目前在代理经营国外品牌方面,泉州的运动服饰企业早有先例,并运作得更具特色。其目的就不仅仅在于增加创造利润渠道,更重要的是汲取别人的先进管理经验。”

“中国的运动服饰品牌正从 OEM (代加工)转变为 ODM(原始设计商),并且除自有品牌外还要拥有西方的品牌。”林水盘说,“民企收购国外的品牌,随着自己品牌的提升,是完全可以做的事情。”

据了解,目前喜得龙运动的鞋类产品大部分自产,部分外包,而其运动服装系列,则实行全面外包。而在林水盘的计划中,未来将不会投入太多的精力在生产方面。“我认为,企业发展有三个阶段,从产品生产、品牌运作到资本运营。虽然不少体育用品企业都上市了,但还只是进入了资本市场,还不能算完全意义上的资本运作。而眼下,多品牌运作是喜得龙未来发展的方向”。


林水盘 喜得龙总裁













	贵州站 – 石桥古法造纸
内蒙站 – 东乌旗马鞍	青海站 – 加牙藏毯 + 堆绣
云南站 – 尼西黑陶	
贵州站 – 破线绣	贵州站 – 雷山银饰

受访者供图

老北京里的中西合璧

本报实习记者 刘晓立 / 文

北京一直以来都有着它自己独特的建筑风格,紫禁恢弘,四合群落,胡同环绕。而从清末至今, 随着西方人的进入,老北京的建筑中也增添了不少外国建筑的风格。

瑞府——红墙内的西洋楼

当我们路过张自忠路那座门前蹲着石狮子的宅院时,却很少有人知道这里就是“三一八惨案”的发生地。

位于张自忠路 3 号的瑞府大院,是段祺瑞执政府的简称。清朝光绪年它曾是陆军部和海军部的衙署,1912 年袁世凯任中华民国临时大总统时便将总统府和国务院设在这里,两年后北洋军阀皖系首领段祺瑞执政,这里遂改为执政府,“瑞府”的名字也从此流传开来。

人们常常会惊讶于中式的王府大门内竟然会矗立着这样一栋西式的洋楼。瑞府原本是清朝传统建筑的王府,清末为了改建军部衙署,受西方影响的建筑师在府内废弃建筑的遗址上,重建了砖木结构的欧洲风格西洋楼。建筑外观是盛期维多利亚式, 体积感、装饰性很强。尤其是女儿墙和



瑞府



涛贝勒府



正阳门东车站 辛晨 / 摄

钟楼的设计,采用城堡式雉堞,具有维多利亚哥特式的特点。外表上繁复的雕花饰大量采用花篮“寿”、“万”等中国传统题材,显示中西合璧的特色。

很多人第一次前往瑞府会被门口“国家文物保护单位”的牌子和门口“谢绝参观”的告示吓到,只敢躲在门口偷偷向里张望。其实,如今的瑞府内却是一片热闹的景象,中国民族大学清史研究所、亚太文化研究院、咖啡馆、酒吧、停车场,甚至是住着提着菜篮遛狗的大爷大妈的普通小区,它就像一个普通的大院,全无傲气。

涛贝勒府——外国人造的中国楼

《霸王别姬》《阳光灿烂的日子》《宋氏三姐妹》等著名影片有着一个共同之处,那就是它们的拍摄地都选在涛贝勒府。被誉为旧北平三大中西合璧建筑之一的涛贝勒府就位于离恭王府不远的柳荫街,这里依旧保留着清代宫廷的痕迹,长廊、楼亭、花厅、假山。

涛贝勒府中最显眼的当属南侧的主楼,也就是辅仁大学旧址的校门。它仿佛是一座中国宫殿式的城堡,用两层楼围成封闭的院落,东西南北四角各矗起一座三层的角楼,整座建筑中轴线明确, 完全对称,体现了中国皇宫庄重森严的启示。入口两层的汉白玉圆形拱门上有精美的石雕,第三层是挑出的抱厦,覆盖着绿色的琉璃瓦。汉白玉的须弥座、红色雕花的木制窗框、蹲伏于大门口的石狮子,虽然整栋建筑充满了中国古典建筑的元素,但不经意间仍透出西方修道院的那种遁世的超脱和冷峻,那是因为这座楼的设计师是一个外国人。

1925 年,罗马教廷天主教会租借涛贝勒府作为创办公交大学的校舍,并在两年后更名为辅仁大学。1929 年,辅仁大学在涛贝勒府南部的马圈和花园前空地上筹建主楼,聘请比利时传教士兼建筑师格里森担任设计(另有一说为美国建筑师墨菲,他曾设计的燕京大学被誉为代表近代我国教会大学建筑的最高艺术成就)。格里森应邀来到北京后花费数月时间研究中国传统建筑的资料,他发现,虽然在建筑功能上建造火柴盒式的西式大楼更能满足辅仁大学的需要, 但是因学校紧邻故宫、北海,建造现代风格的建筑势必会破坏周围环境的和谐。格里森思量再三,最终决定借用中国传统古典建筑的因素进行自己的设计,于是这座中西结合的门楼就诞生了。

正阳门东车站——被“改造”的皇家车站

作为“人文奥运”的项目之一,原京奉铁路正阳门东车站在奥运前夕经历了第 N 次改造,作为中国铁道博物馆重新亮相。改造后的车站就像同样经历了改造的前门大街,带有整齐划一的规整,却少了点历史在砖石上留下的痕迹。

正阳门东车站于 1901 年由英国人建造,所以建筑风格体现了英国流行的特点。墙体使用红砖,加上白色的石材装饰,形成引人注目的效果。车站平面为矩形, 墙体采取一层顺砖一层顶砖交替砌筑的英式砌法, 主楼二层为瓦楞铁皮屋顶,中间开天窗,外墙用红砖和水泥抹灰相间处理,候车室的山墙面呈弧形,弧形两端各镶一块只有中国才有的云龙浮雕。当时京奉铁路连接北京和满清故都盛京奉天(即今沈阳),有“大清第一路”之称,因此在车站的建造中特意以我国古代皇权象征的龙作装饰,以显示皇家专用车站的地位。

在相当长的一段时间内,这里曾是“国门”和“首都迎宾门”。直到 1959 年,新北京站开通运营,正阳门东车站才正式退役,结束了它“首都大门”的历史使命。

退役后的正阳门东车站除了一小部分墙体保留了原有的结构和砖墙,其余的都是改造后的钢筋混凝土结构。经过后来多次的整修,东车站原本饱经风霜的墙体上覆盖了一层层水泥,凹凸有致的砖缝被水泥墙面上的砖形划痕所取代,原本的砖红色墙面也变成了如今的绿色,似乎是为了改建铁道博物馆而与火车的绿色车皮相呼应。经历了一次次的整修,这栋被建筑史学家称为“具有北京特色的英国建筑”的确在整体上还保留着原本的样貌,但不可避免地流失了不少古旧因素,越来越趋同于后来建造的仿古建筑。

进入工艺的世界

赵茜 / 文

2009 年,担任联合国计划发展署亲善大使的世界音乐(world music)歌手朱哲琴发起“世界看见·少数民族文化保护和发展项目”,这个项目覆盖西藏、云南、贵州、青海、内蒙、新疆六个区域,分为音乐和手工艺两部分, 一批拥有国际视野和审美, 同样重视对传统之美追寻的设计师成为每一段旅行的主导。每一位受邀的设计师将带着产品计划, 寻找最地道的匠人对工艺进行“再设计”。按照计划,设计完成之后, 产品生产则应该在当地进行,以解决周边老乡的生计问题。

工匠之路

寻访是从拉萨开始的,但大家发现在拉萨寻访地道的藏式家具很难。你要在拉萨八廓街的大街小巷穿来穿去,偏偏满目所及,还都是类“藏式家具”。向导普次也为难,他说这条街过去的顾客是那些对生活要求不高的普通人,挑家



西藏站 – 藏式家具

具的时候,家具上“画得好看是首要的标准”。它也提供稍稍讲究的雕刻彩绘家具,但雕刻却大多用现成的塑料贴在家具表面, 外面照样涂上鲜艳广告色,重要的是价格便宜。

地道的藏式家具,最早因藏族人的游牧生活而生,形式上可谓单调,仅仅划分为箱子、柜子和桌子三类。游牧民族喜欢席地而坐, 所以根本没有椅子;至于睡觉,藏人也是席地而睡,因为他们相信正儿八经地上床睡觉,会触怒好些保护神,于身体不利。这种生活方式,令藏式家具的样式基本从藏式建筑脱胎而来,地道的藏式家具装饰与建筑和唐卡同出一门,要使用传统的矿物颜料彩绘。有时候藏柜的外型看着像一座座小型的房子,上面照样雕有跟建筑一样的吉祥图案,藏八宝,汉地长城。但是,很少有师傅既懂得做家具、又能同时彩绘和雕刻,藏人往往备了木头找一位师傅做好柜子, 又另找一位师傅彩绘,形成藏式家具重彩不重工的特点。

我们照此找到西藏拉萨城关区古艺建筑美术公司的坚参师傅, 这位 49 岁的木匠师傅是西藏古建大师钦莫德庆的首徒, 跟着师傅参与了 1989 到 1995 年的布达拉宫首次大修, 并在 2002 年到 2008 年的第二次大修中发挥了重要作用。

钦莫德庆是名震全藏的建筑工艺大师,解放前曾经是西藏地方政府官办工厂“雪堆白”的成员。雪堆白自明朝建立,地位好比清朝的造办处,正是这个集齐了能工巧匠的组织,令今天的人们可以在布达拉宫及其内部的装饰中去体验五世达赖喇嘛阿旺罗桑嘉措时期西藏的手工业者,特别是金银匠和土木匠人的工艺水平。1980 年成立的古建美术公司好比西藏的第二家雪堆白,很多雪堆白时期的匠人被请进来,很多手艺被传承下来。

坚参说:“大修时主要是 30%的结构、35%是彩绘、5%是金属雕刻,再加上 2%的铸铁。”这也基本成为古建公司匠人分组的依据。德庆师傅去世后,坚参成为公司的木匠组大师傅。据布达拉宫维修办主任、西藏非物质文化遗产负责人平朗先生介绍,藏式家具早期主要供宗教场所使用,以布达拉宫的修建时间为轴:1642 年, 白宫初建时防御色彩比较多,要等到 1682 年红宫初建时,好多装饰性的东西才进入。如果要找出一个大概的藏式家具风格形成的时间,“那很可能是 1682 年”。

在古建公司小院的一头,一座佛堂矗立。要反映西藏工艺大师们的艺术水平,最好的呈现方式无疑是佛堂。佛堂的结构是传统的四梁八柱, 雕刻精美,主要使用红色和金色的佛龛、活佛的宝座、唐卡都是最上等的手艺。

但我们仍然对藏式家具存在疑问,在佛堂寺庙之外,藏式家具在民间的瑰宝我们还没寻到。平朗先生见大家沮丧,勉为其难地答应带我们去他母亲家看看。他的祖上曾是西藏的四大领主,他的母亲索娜卓玛八十多了,仍然保留着高贵大方的气度。他们家的一套藏柜是藏式家具 13 世达赖起藏人贵族中间流行的风格, 柜门上不再使用繁复雕刻,每扇柜门彩绘一个主题,梅兰竹菊,十分风雅。下面衬一道银漆,再上一道生漆,明显学了汉式家具的风格。

寻访的最后一天,我们此行中打听到的唯一一位既会画又会雕的木匠终于归来,大家便齐齐跑到山南拜会。山南自古被称作西藏的江南,吉得秀镇却也没几个人。土蛋师傅一早穿着身西装在门前等我们。他 13 岁开始学木匠,两年后学成就开始转寺庙, 练习了雕工,等回到家,又得了一个机会拜在雪堆白的绘画大师次旺多吉门下,跟着他学了 3 年的颜色配料。3 年前他自立门户,开了个公司,带着十几个学徒。虽说得天独厚, 土蛋最好卖的家具仍然是佛龛。他的佛龛从雕一个月的 “末流货色”到几年的用桦木和核桃木雕成双层或三层镂空的高级货都全。说是公司,车间也不过就有个顶子,没门也没窗,土蛋和徒弟们干活习惯坐在木屑堆里或大木头上,用起丢(即斧头)来才甩得开手。学雕刻的徒弟一溜儿排着做,开模的、雕花草的,雕动物最难。

澳珀家具的首席设计师朱小杰来自温州,他爱说自己是一个木匠。可是在西藏的木匠圈里,好多干活的东西连他都陌生。有些工具实在猜不出用途,土蛋就立马示范。两人聊得高兴,土蛋便送他一只小刨子。朱小杰受到了震撼,他从来没设想过,所谓藏式家具会完全因信仰而生。

他将藏式家具与中原家具做对比,“温州人把木匠活分大木、小木和圆木,大木是建筑、圆木指家居日用品、小木就是家具。但藏式家具没有小木。”藏式家具打开来十分粗糙,有些师傅连柜门都没刨成直线,但也许正是因为它不是为了用,藏式家具的装饰性得到空前发挥,反而让它在家具中脱颖而出。

“再设计”

按联合国教科文组织的认定,“手工艺既是文化传统,也是文化资本”。作为前者,人们珍视它的原初状态;作为后者,正如日本民艺家柳宗悦所言:“工艺不是个人的,而是社会的。如果不通过共同繁荣的途径, 正当的美就没有保障。”正是因为对工艺之美的难以界定,寻访之旅的路上,最常看到的往往是手工艺被简单用作旅游资源, 最多保留了些形式,它的精神之美,它背后承载的文化的不同的深度和向度却被割断了。手工艺甚至都不像茶叶讲究原产地,很多年来,在丽江和平遥购买的所谓有当地特色的旅游纪念品可以一模一样。

但如果说到再设计,遭受保守派的质疑和猛烈抨击也是难免的。朱哲琴考虑到手工艺链条的复杂程度,在寻访筹划的初期,特别登门向台湾民艺家黄永松求教,她问:“这件事我能不能做?”黄永松答:“能做,只要没有私心。”

在朱哲琴心里,民族的文化、民族的手工艺有着多维的意义, 从文化、生活方式、价值观的保存,改善个人经济状况,促进区域经济发展,帮助不同的民族确立自我身份价值的认定。

同行的设计师也大多如此,他们大多熟悉国外的工业设计体系,但也从未放弃对自己本源的挖掘。像台湾青庭的设计总监石大宇,几年前就在台湾实践过自己的设计理想。他与台湾文件会合作的“易计划”已经是一次值得关注的重拾传统和“再设计”思考。这一回,他找到了尼西黑陶的工匠孙诺七林和扎西培楚,以此为灵感完成了“兴香格里拉风”系列黑陶的设计。他的扎西 2 号,是一个从当地的酥油茶罐变成的蹦壶,形状仍然是一只胄(容器名称),只是加上壶盖和壶把而已。他说,本来的器形已经很好,设计也只是让它符合现代人某方面的生活需求。未来,这些物品的生产将全部在当地进行。

2010 年 10 月 28 日,包括石大宇在内的九位设计师的再设计作品在中央美术学院美术馆进行了一个朴素的民族手工艺设计特展,目的很明确,除却花哨的东西,人们可以安静地看看作品打打分。所有设计师的设计灵感来源都做成了视屏滚动播出,再次证明设计并非无根之水。

对于传统的工艺世界之美,令它的美被人们重新看见会是保护和发展的一个新起点。

狩猎

熊超 / 文

距北京城区 160 多公里,密云县新城子镇云岫谷游猎风景区,十多年前建成的门厅已破旧不堪。

狩猎场行人稀少,工作人员是附近的村民。狩猎者都要进行实名登记,登记本上,几个月下来只有薄薄一本。狩猎区不需门票,枪支使用费是每天 150 元,子弹 10 元一发,导猎费 150 元。登记完毕,工作人员带着猎手领枪。枪的位置非常隐秘,打开两层防盗门进入一个房间,再从保险箱取枪,

猎手们每人领了 50 发子弹,前往狩猎区。狩猎区在几公里外,是猎场租的几千亩林场。可是,山坡上,半人高的干草和荆棘让猎手"无路可寻",导猎员一边爬山,一边指导猎手,"慢慢趟路,不要着急。细心观察遗留在山上的动物粪便,寻找动物踪迹。"

一小时间,猎手们在挂扯衣服的荆棘和削尖的荆条茬儿间穿行,除几枚褪色的蛋壳外,一无所获。偶尔有一只山鸡从身边猛然蹿起,但没等猎手反应过来,山鸡已快速飞出,然后落在跟它相同颜色的杂草丛中。偶尔远远听到山鸡鸣叫,但始终不见踪迹。几名猎手寻觅一个多小时,最后只能悻悻而归。

在云岫谷狩猎场导猎员王亮的记忆中,1994 年狩猎场建成后,生意红火,一年纯收入有两三百万。王亮说,当时狩猎场有导猎员七八人,猎枪 20

> 狩猎生意惨淡一方面是因为政府越来越重视动物保护政策,另一方面是枪支弹药管理严格。而且,北京开设狩猎场并无多大优势,气候干旱,生活环境单一,导致种群数量单一

多支,忙的时候一天要接待十几拨游客。但大概在 2000 年后,因枪支老化、动物数量和种类减少,来狩猎的人一年比一年少。

熟悉狩猎的人说,北京的地理环境开设狩猎场并无多大优势,气候干旱,生活环境单一,导致种群数量单一。冬天,狩猎区过于干燥,更要注意防火。夏天,树木茂密,视线范围小,容易造成误伤,禁止狩猎。

王亮回忆,过去狩猎场养着鹿、狍子、狐狸等十余种野生动物,但是由于养殖费用过高,2000 年封闭式狩猎园区关闭后, 游客只能到山里打野兔、山鸡,"能打到的毕竟是少数。"很多人来了一次,就失去了兴趣,再也不来。

政策苛刻也被认为是狩猎难以兴盛的原因。北京市目前只有两所获得批准的狩猎场,都是上世纪 90 年代批准的,从那以后再也没有批过。狩猎场获批,需要获得野生动物保护站和公安两个部门的批准,要取得"野生动物饲养繁殖许可证"。野生动物保护站会根据狩猎场饲养情况,核发狩猎证。另外,狩猎场还需获得公安部门的枪支弹药使用许可。

北京市园林绿化局野生动物保护站站长王民中称,狩猎场难批一方面是因为政府越来越重视动物保护政策,另一方面是枪支弹药管理严格。以另一个获批的房山天龙狩猎场为例,该猎场使用的是十几年前林场移交的 17 条猎枪,猎场负责人介绍,目前,至少有 5 条枪已经无法使用。按规定,猎枪报废后可更换新枪,但猎枪总量不允许超过 17 支。早在两三年前,该猎场就提出申请,请求更换新枪。但经过多个部门长时间的审批至今未拿到枪。此间,猎场按照公安机关要求,投入八九万的费用更换监控设备。

子弹的购买和销售也要经多重审批。猎场首先向当地公安局申请, 再向北京市治安总队申请,申请完毕后,单位要派出有合格手续的押运员押运子弹,押运员必须要经过政审。"有时两个月也拿不到子弹"。

猎手登记、取枪弹等相关过程均在监控范围之内,警方随时远程调取监控视频。枪库和子弹库的钥匙不能由一人保管,取枪弹时必须要两个人。

另外,每支枪配有一名免费导猎员,用以引导路线,指导用枪以及监督子弹等事宜。客人上山打猎时,子弹由导猎员保管,打出的子弹弹壳要由导猎员回收。打出的弹壳和剩余子弹也要核对无误,未用完的子弹重新上交,绝对不能带走。"不敢有半点闪失,出一点事猎场就要关门。"

生意惨淡与老百姓普遍加强的动物保护意识也有很大关系,很多游客认为不能打野生动物,用枪打动物过于残忍。国际爱护动物基金会中国项目主任华宁也称,通过建狩猎场这种圈养野生动物的形式只会破坏生物多样性。狩猎已不是人类获取食物的基本需求, 如果通过去猎杀野生动物以此取食,或娱乐,那是不应该提倡的。华宁认为,政府通过建大型狩猎场做宣传, 只会给老百姓更多的误导,间接鼓励老百姓去猎杀野生动物。

但从事国际狩猎代理的一家狩猎俱乐部总经理王巍认为,有计划地狩猎是一个非常生态的旅游活动,不需要播撒大量化肥和除草剂,动物在自然的环境中生长, 其中老弱病残的动物被狩猎后,获得高昂的补偿可以再用于改善景区其他动物生存环境。

狩猎的前提是保证种群稳定。这方面,他认为,政府的监管很重要。在国内,很多猎场获得行政许可后,政府就缺少应有的管理。在国外猎场每年都会进行种群数量检测,对种群密度进行评估,以此确定种群消长的情况,再确定下一年的可以狩猎的数量。通过狩猎的方式来获取利润,再去不断改善环境,让动物有更好的生存环境。

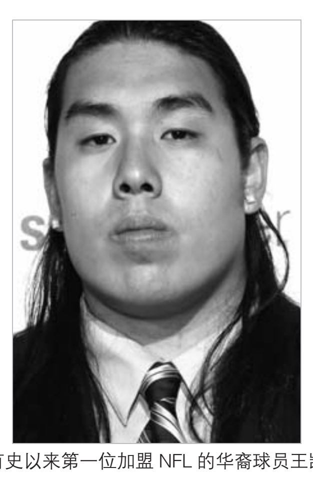


他叫王凯

朱冲、申熙 / 文

在胡锦涛访美的第一顿正式午宴上,有两位来自中国的体育明星受邀出席,姚明和王凯。

姚明自然家喻户晓, 甚至被认为是中国的民族英雄。而王凯,知名度显然还不能跟姚明相提并论。但事实上, 无论姚明多么耀眼, 他效力的 NBA 在美国四大职业体育联盟中,只能排名第三,橄榄球(NFL)才是美国第一运动,美国"国球"。王凯创造了历史——在 2010 年–2011 年的 NFL



有史以来第一位加盟 NFL 的华裔球员王凯

选秀大会上,23 岁的王凯(Ed Wang)以总第 140 顺位被布法罗比尔队选中, 成为有史以来首位加盟 NFL 的华裔球员。尽管他生在美国,能听懂一些中文,但不知道他父母的名字怎么写, 他回答问题用英语,因为他说"这样表达更准确"。尽管他还是一只"菜鸟",但人们已经迫不及待地将"NFL 中的姚明"这样的头衔加在了他的身上。

"我们真的对这孩子感到骄傲。"王凯的父亲王泽和说,"对于他, 对于我们来说, 能改变 NFL 的历史非常重要。"王凯的父亲从不掩饰自己想让儿子成为"NFL 姚明"的动机,"在姚明加盟 NBA 之前, 很多中国人并不熟知 NBA,就像今天的 NFL 一样,所以,我觉得一切都有可能。"

身高 1.95 米,体重 140 公斤的王凯,之所以能被 NFL 选中,布法罗比尔队给出的理由是"出色的身体素质和快速的移动能力"。这多少有点颠覆性,因为在此领域,身体冲撞激烈,向来以灵巧机智见长的东方人, 此前看来似乎不适合往这个空间发展, 所以从未有中国人涉足。

中国人也能跻身靠身体吃饭的职业橄榄球,王凯先感谢的应该是自己的父母。两位上世纪 70 年代的中国田径前辈给了儿子一副好身板。曾为跳高运动员的父亲王泽和身高 1.88 米, 母亲周英曾是 100 米栏全国冠军,身高也有 1.8 米。事实上,未能出现在 1984 年洛杉矶奥运会的赛场上后,王凯的父母移民美国的原因之一就是为了培养运动健将。因为他们知道,美国的训练理念和竞争机会要更好。所以,当王凯 6 岁的时候,他们就让他开始练习速度;10 岁时,他开始练习举重。

在打橄榄球的同时, 王凯还打篮球。他一整年的课外活动几乎都被这两项运动占据, 一年有半年的时候在打篮球,而且表现出色,在中学时代更是跟随校队取得过全美前三的傲人成绩, 剩下三五个月就打橄榄球。NBA 曾是他们的梦想, 但这个梦想在高中毕业前破灭了。15 岁的时候,王凯跟随父亲回到祖国大陆, 利用暑假的时间跟随八一男篮青年队训练, 当时父亲的本意是强化他的篮球基本功,但中国运动员通常都要进行的一项测试——以确定培养前途——改变了王凯的体育人生。骨龄测试显示,王凯的身高极限为 2.05 米。由于他学打篮球以来一直打的是中锋, 王泽和担心在美国这个身高的选手太多, 而改练新位置为时已晚——而且, 就算在 NBA,300 磅重的后卫也不多见。王泽和才决定让儿子放弃篮球, 专心美式橄榄球。

"我们从中国远赴美国,一路带来的就是让孩子成为运动员的目标。"王泽和说,"我们从很小的时候就开始教育他们。我们一直告诉他们:'你们有运动员的潜力,不管是橄榄球、篮球或是铅球。你们一定能成为运动员。但要跻身顶尖行列,需要许多努力才行。'所以我们很早就教他们:'如果你想要更好的生活,更好的未来,你就得早早开始努力。'他们很理解这些。"

"我感谢他们的作为,这是自我小时候以来我们一直训练的成果。因为自从第一天起,他们就是这次征程的一部分。我的父母一直提醒我坚持奋斗,坚持努力。自从我小时候起,他们就在背后百分之百地推动着我。"王凯提到他的父母时说,"就算我跑到阿拉斯加,他们都肯定会跟过来训练我。"

最近在中美之间关于"中国式教育"、"虎妈"的话题争论激烈。王凯和他整个家庭的这个美国梦的背后,也是一个土生土长的美国小孩, 接受典型的中国式教育模式。在这样的家庭里, 中美观念混合的父母如何与纯美国化的孩子沟通是件有趣的事。

王凯的妈妈周英说, 王凯不是一个纯粹的美国孩子, 他仍然受到很多中国式的教育。也许王凯第一次领到薪水就"孝敬"了他的高中教练是个证明。王凯的父母对当年的运动员生涯甚以为荣,不仅是运动成绩,更多是作为国家选手的荣誉感和安全感, 他们甚至开玩笑说, 更愿意把王凯送进中国的体工队。

"高一的时候,很多其他的小孩经常来看我和他一起训练。我注意到家长们有一些不同的想法,我没有强求,放手了。"周英说,美国人认为他们是中国体育举国体制的产物——从小遴选运动员潜才, 然后隔离训练。这种"为了世界比赛而训练"的方法, 很不能为美国人接受。"但第二年,王凯拿到了奖学金,大家立即全都理解我为王凯的所作所为是值得的。从那以后,我一直给高中生训练。他们认同了。我没有见到任何家长的批评。很多父母不懂得体育,或是不知道该做什么。他们有时候会不理解我们的训练——直到他们看到结果。如果一个人成功了,那么他获胜的道路就是可取的。取得成功能够证明他们的道德价值观。"

当然,不可否认的是,王凯的中国血统对他的成功也起到了很大的作用。但他知道,如果他不能在球场上证明自己,他入选 NFL 也将仅仅成为一个脚注。从这个意义上说,能在球队立住脚,打上主力,在很大程度上比他入选 NFL 更重要。如同姚明在休斯敦如果只是饮水机管理员的话, 他也不会成为国家英雄。

"我不介意自己是以第一个华裔橄榄球员的身份为人所知," 王凯说,"但最终,我还是得在比尔队的球场上奋力表现。我的目标是成为 NFL 的一员。如果我不上场, 那我作为第一个 NFL 华裔运动员也毫无价值, 因为我什么都没有做。我的态度是,我必须首先完成些什么。"

出境游带什么指南?

Eyewitness 指南



英国 DK 公司出版的这套丛书自称"从别书闻其略者,于此书尽览其真"。书中的城市街道导览图不是一般的平面地图,而是精描细绘的街区立体鸟瞰图, 包括每一座建筑的三维样貌, 重点建筑更有详细的剖面图。因为分量厚重,适合"慢游",甚至"卧游",拿在手上未免太沉了。其最出色的几本都是那些拥有丰厚历史建筑遗产的城市,例如意大利的罗马、威尼斯、佛罗伦萨。

米其林绿色及红色指南



著名法国轮胎公司染指旅游出版已有百年历史。现在每年推出的"红色指南"已成为全球最有影响力的美食圣经。绿色指南则是旅游目的地指南, 有老牌欧洲旅游书的特点, 强调文化艺术, 与红色指南一样对目的地实行星级评分制, 它的《法国》、《意大利》分册比较值得推荐。目前绿色指南有广西师范大学出版社的中译本, 红色指南由化学工业出版社出中译本。另外,地质出版社推出的 9 种欧洲国家地图(包括法国、意大利、德国等)是首次引进国外著名品牌旅游地图,都是中文及原文对照版本,适合在欧洲租车自驾者使用。

Lonely Planet 指南



这套丛书最吸引人的就是创始人的传奇浪漫故事——一对英国年轻情侣结伴穿越欧亚,在餐桌上写出第一本"孤星"指南。目前 Lonely Planet 系列位居全球旅行指南销量第一,三联书店出版社自 2005 年起引进出版了中译本, 已经有 40 种左右,另有十几种 Encounter 城市指南。这套书在年轻背包客读者群里口碑极好,但实际上,它的目标读者也覆盖具有独立探索精神的中高端旅行者、户外运动爱好者、带孩子旅行的家庭等等。相比"目击者"和米其林指南,LP 实用性更强,刷新更及时,而注重环保、公益也使它更贴近时代。

Encounter 系列



Lonely Planet 子系列之一(LP 的子系列还有徒步、美食等很多种,目前尚未引进中国), 是一套小巧精致的口袋本城市指南,中译本的《伦敦》和《巴黎》已经刷新到第二版。这套书的目标读者是高端商务、休闲旅行者,尤其是经常在一线国际旅游城市之间飞来飞去的人群, 相比蓝皮的常规 LP 指南,Encounter 系列增加了大量篇幅有特色的餐饮、购物推荐,作者全部是长期在当地生活的记者、作家,品味比较有保障。

Time Out 城市指南



英国 Time Out 公司在世界各大城市出版资讯周刊(在中国出版的 Time Out 中英文杂志则是月刊)。目前上海译文出版社翻译出版了《巴黎》、《伦敦》、《悉尼》等多种,与 Encounter 系列形成对手。其实两者目标读者稍有差异,Time Out 更注重娱乐, 比较大众化,Encounter 的选择更精致一些。Time Out 的长处在于有着东方人的视角和喜好, 特别是那种细致又冲淡的日系性格以及对读图的特殊偏好。有很多图解功能的排版元素,充满细节,这点跟 LP 那种嵌套式严密逻辑、纯文字、毫无水分的风格形成鲜明对比。至于哪种更好用些,恐怕见仁见智。中译本由中国旅游出版社出版。

■探班记 困困/文

80年代的沙龙女王

法国大明星阿兰·德龙的50岁生日是在北京马克西姆餐厅过的。别看他岁数不小,但童心未泯,提议说:“既然我50岁,餐厅放进50个客人就关门谢客吧。”听的人都被搞懵了。马克西姆的女主人宋怀桂很镇定,她早年间与阿兰·德龙在巴黎相识,懂得他的习性:“我们中国人有个传说,生日时客人来多少,过生日的就能活多少岁。”后来马克西姆餐厅放进去太多人,都快挤爆了。

当时场面被记录在一张老照片里:阿兰·德龙与宋怀桂坐在铺着红丝绒的小桌前,身后插中法两国国旗,配以数名黑衣墨镜保镖,前排端相机的观众做争先恐后状,正式外交场合也不过如此,要多气派有多气派。

关于1980年代北京沙龙女王宋怀桂的传说,有很多很多:她是1949年后第一桩涉外婚姻参与人,她与保加利亚留学生万曼在婚姻登记处受阻,写了封信给周恩来,获得特批。她与皮尔·卡丹神秘相识,将皮尔·卡丹服饰引进中国,在太庙办了中国第一届国际时装秀;她帮卡丹打理马克西姆餐厅生意,款待各路文艺名流,崔健在那里第一次演唱《一无所有》,张艺谋携巩俐欢喜出席,张国荣在那儿唱过卡拉OK,贝托鲁奇拍《末代皇帝》思路不畅,也要前去喝一杯威士忌。

我在北京大山子深处的一个仓库看到了这些老照片,有好几箱子,粗略地分门别类,有一些还沾满灰尘。宋怀桂的女儿宋小虹坐在我身旁,遇到有趣的,还要讲讲拍照时的趣闻——

宋怀桂与皮尔·卡丹相识在巴黎的一次展览上。宋怀桂和先生万曼的装饰艺术作品被展出,快结束时,宋怀桂站在梯子上摘画,皮尔·卡丹走进去问,这是谁的作品?宋怀桂问您有什么事吗?皮尔·卡丹开玩笑说,你是中国杂技团的吧。



宋怀桂和皮尔·卡丹一起检查菜品 新华社/供图

崔健的36岁本命年生日是在马克西姆餐厅过的。那餐厅原来是崇文门一家烤鸭店,改成马克西姆后规格依据国际标准。中国人都消费不起,宋怀桂就免费请他们来参加派对。中间的地毯掀开就是舞厅,崔健说,那叫“趴儿”,现在这个词已经死了。

不论何时,宋怀桂都把长发盘在脑后,着浓妆,穿皮尔·卡丹高级定制礼服——在这个品牌被乱授权使用之前,高级定制女装的风采无人能及。华服的宋怀桂与80年代装扮的人站在一起,好像是从另外一个时空空降而来。

年纪长一些,她渐渐有了祖母样儿,还多了一份威严。贝托鲁奇拿着一张裕隆太后的画像说:“看,多像你!”她就在电影《末代皇帝》里演了裕隆太后。

很长一段时间,宋怀桂一家住在首都宾馆顶层的一个套间里,从房子的东南角望出去,可以看到天安门和长安街,那时候那里都是空旷的工地,高楼大厦等待被建造起来。她组织家庭沙龙,姜文和刘晓庆经常结伴去那里。姜文特别喜欢宋怀桂的外孙女玛琳娜,反复地拿着相机给小姑娘拍照,他总是说“我也想要个洋娃娃一样的混血小孩”,后来他果然生了一个。

尊龙的照片有好多啊!他摆酷,扮鬼脸,着古装,大笑,左拥右抱。

“我的妈妈很喜欢尊龙。可能因为尊龙是个‘有点怪’的人,他从小在香港学习京剧,后来又去了美国,像是个没有家的流浪小孩。不知道为什么,我的妈妈很能吸引那些有‘流浪感’的人,他们在我的妈妈身上寻找母爱。”宋小虹翻着那些照片说。她的头发已经有点灰白,在她年轻的时候,就像老照片上那样,风姿绰约,一手揽着妈妈宋怀桂,一手揽着崔健,那是已经逝去的时光。

■餐桌启示录 伊萨/文

日本化了的……

最近上海有家法式甜点店Mr. Choi(蔡嘉)大红,招牌是拿破仑、白流苏(栗子奶油)和榴莲蛋糕,可是也难说,草莓季的时候,草莓奶油也大卖,榛子奶油和胡桃奶油也得人爱。

听起来一切都围绕着奶油——叫一只四寸的草莓奶油或白流苏,不要切,拿把勺子深深挖下去,连草莓/栗子泥带奶油送进嘴里,你就会明白,这么新鲜上等的奶油,这么讲究的食材(昂贵的法国栗子或金枕头榴莲断货,白流苏或榴莲蛋糕就恕不提供),以及这么精巧、甜美、轻若无物的口感,主厨一定不是法国人,而是日本人。

从小吃惯奶油和红宝石的鲜奶小方长大的上海人当然是疯了,这完全符合他们一向以来对西点的印象。在张爱玲的时代,和女朋友吃下午茶就意味着,每人一块奶油蛋糕,另外要一份奶油,一杯热巧克力加奶油——吃西点基本上就是吃奶油。最妖的是Mr. Choi推出一个四寸的尺寸,八寸太大,必须切而分食,切片太小,吃着不过瘾,四寸最适合放肆娇纵的女人捧在手里,拿勺子挖着挖着,不知不觉,独个吃个精光,有一种“全是我的,谁也别想抢”的快感。谁说食物要分享?有时候就是要独占,就像《老友记》里的Joey,约会晚餐都不许对面女人拿一根自己盘子上的薯条。

我前一阵准备搬家,整日在家蓬头垢面整理打包,就打Mr. Choi的外卖电话订了一只拿破仑、一只白流苏,泡上一壶大吉岭,边吃下午茶边理东西,方觉得不太委屈了自己。

其实是吃不完的,因为没有加稳定剂、吉利丁之类的东西,Mr. Choi的甜点不耐久存,拿破仑的酥皮很快就发了潮,但是Mr. Choi成功地激发了一种欲望,或者不如说是恐慌,就是深怕吃上瘾来,不够吃怎么办?蔡嘉的店员说,别说四寸了,还有女人订只八寸的独享呢!

> 日本人不管是做意大利菜、法国菜或西点,都自成一格。吃一口,甚至看一眼摆盘就知道,是出自日本主厨之手

我其实不算甜点狂,在巴黎吃甜点,小小一块勃朗峰(Mont Blanc)或歌剧院(Opera),配上一杯咖啡,就已经满足,就算是蛋白饼(macaron),也是一块起两块止。日系法式甜点的轻柔化和清淡化,永远不会甜着你或腻着你,结果也永远不会满足,仿佛可以一直吃下去,吃下去……

日本人不管是做意大利菜、法国菜或西点,都极其干净,自成一格。尽管他们学得很像,做得很道地,还是吃一口,甚至看一眼摆盘就知道,是出自日本主厨之手。对于意大利菜,是文明化和轻盈化了,过滤了其原本的朴实、放恣和随意的性情,对于法国菜,是干净化和天真化了,决没有粘乎乎的酱汁和繁复的摆盘,没有sophisticated的固执和自负。但是,和他们做西点一样,其中有种因为过于讲究和节制,而令人无法满足的味道。这么说吧,一家由热情过头的意大利人开的意大利餐厅或一家由臭脾气的法国人开的法国餐厅,哪怕意面有点咸或鹅肝水准不稳定,我都愿意一个月光顾两回,而一家完美的、干净的、轻盈的,无可挑剔的日本人开的意大利菜或法国菜,在最初的狂热劲儿过去后(通常是一个月连着去四五回,把菜单吃个遍),我却可能提不起再去光顾的兴致了,因为每样东西都那么完美,我可以在脑子里清清楚楚地回忆起它们的味道,那又何须再去呢!

甚至他们酿的威士忌——人人皆知日本人不惜把苏格兰的水运回国去酿造纯正的威士忌——都那么清淡柔和,也是文明化和都会化了的,真是令人无语啊。

■江山美人 谁谁谁/文

女人得学会抱怨

通常职场秘笈之类的书都会教你走进一个“不抱怨的世界”,事实上如果完全照搬的话就只能成为一只革命的老黄牛——干到累死也仅仅是得到主管的几句精神奖励而已,然后乐得合不拢嘴,而主管却可以用你的功绩拿到30万的年终奖。

不懂得适时抱怨的人通常做不了主管,正如不懂得适时抱怨的妻子只能成为累死累活的一把抓却得不到家庭成员的赞赏一样,典型代表就是《绝望主妇》中的Bree。

会御夫的女人都很会抱怨,而且抱怨得很有艺术。

她们最拿手的一招是对男人抱怨面对的难题,比如:电脑怎么老死机啊,质量也太差了吧;或者:这条手链好漂亮啊,怎么这么贵啊。

或者抱怨男人不够体贴,比如:外面冷死了,回到家,连杯热茶都没有;没看见我忙着炒菜嘛,怎么还不去摆桌子啊?

还有因为比较而产生的抱怨:我们同事过生日,老公送了根白金项链,我都不好意思跟人家说我什么都没收到;对门那家的老公真是贴心啊,女儿上下课都是他接的,接完后还戴上围裙做菜,做完菜来不及摘围裙就出来倒垃圾,人家怎么就嫁了这么好的老公呢?

这些抱怨会产生怎样的结果呢?听听我的一位御夫能手女朋友的得意感言就知道了:我们老夫老妻已经磨合到不需要沟通了。我一按门铃,他第一件事就是去给我泡茶;吃饭的时候如果有鸡,他会先把两只鸡翅膀夹到我碗里;吃完饭后,他会习惯性地去收拾碗筷。

她不是特例。根据我的观察,大部分顾家男人的老婆都十分擅长抱怨。只是风格各异,发嗲的程度不同而已。我常常想,男人们之所以这么配合,很可能只是为了避免听到女人们喋喋不休的叽叽歪歪,就像《大话西游》里悟空为了怕唐僧唠叨,干脆您让我做什么就做什么吧。

我女朋友的经验是,抱怨也是沟通方式的一种。你不抱怨,他怎么知道你的真实想法呢?你不抱怨,如何让你们的相处方式得到提升呢?因此即使和老公已经磨合得这么顺畅了,她还是会习惯性抱怨两句:今天的茶泡得有点过了,把这么好的菜叶给糟蹋了。希望老公的家庭服务更上一层楼。

抱怨的配菜是夸奖。一旦抱怨产生了效果,他在你忙着炒菜的时候主动去摆桌子了,就要高唱赞歌以示回应:“老公你真是太能干了。”用正面鼓励巩固战果。

抱怨的技巧就是要有度。过了这个度,不但驯不了夫,还有可能翻脸。

一次有位男同学请我们去吃他儿子的百日饭。结果他的娇妻因身体不适临时不过来了。把我们领到饭店,这位男士把菜点好后先打包了一份干炒牛河,给老婆送过去后才回来入座。事后我们才知道,他老婆是个抱怨狂:他加班了就抱怨他加班;他不加班了就抱怨他工作不努力。最要命的是,他老婆经常在众人面前抱怨他,那次的小儿百日宴便是个例证,满满几桌人,说不来就不来,让他很下不来台。不久前,听说他们夫妻已经分居了。这算是个不会抱怨的反例吧。

■半上流 密斯李/文

山寨棕榈滩

大家在新年打包行李呼朋唤友来到热带海岛,参加这个巨型派对。如果你不幸没有接到请柬,那么请先低头检讨过去一年企业是否出了问题或自己是否已然过气,否则没理由被这帮人忘记。他们的标准十分直接,是衡量某人成就再诚实不过的坐标,比什么耍猫匿的财富排行榜都可靠。

于是在这个弹丸之地,成功人士们如同高速繁殖的兔子般成群涌来。他们不在这个酒店就在那片海滩,这块土地的含金量高得吓死人。大家并非只为玩乐,还觉得肩头自有重担,那就是必须要把这里建成上流社会专属地,就像棕榈滩、南塔基特岛、圣莫里茨……总之就是那种一提起来就立即能想到尊贵、阶层、高尚这种词的地方。

可惜环境稍微差劲了点。酒店里尽可以十分奢侈,可你但凡稍微转出碧蓝色海湾,就能看到周围工地正努力制造出遮天蔽日的烟尘,自制三轮摩托车以奇异的姿势与速度前行,并且据说各行各业都潜藏着流氓和坏蛋,他们缺斤短两,开着黑车,坑蒙拐骗。想去潜个水讲价不成就被暴打,在饭店里吃两只虾也许就被逼着掏空钱包。没有人不付钱,因为为了千把块人民币被刀子威胁显然是不划算的事。

不过觉得自己已经进入上流社会的人们哪有时间关心这个。当他们乘上60尺白色游艇,或者在高球场上看绿草接入天际,会天真地觉得这简直就是天堂一般的地方呀,可不比摩纳哥或者里埃维拉差,真去了那儿自己又不说英语,西餐也吃不惯,还不能大声喧哗乱抽烟,打球吧也没个球童伺候。这儿多好,一样有深蓝色海面,天气不冷不热,更没有西伯利亚的寒风,正适合下水、聊天、终日饮酒、打球、谈生意、搞绯闻。

最棒的一点是,棕榈滩只看中老钱,听说你光有一亿美金不收藏艺术品不听音乐还不行。咱们这儿可信仰英雄不论出身,王侯将相宁有种乎。或者你要是明星或主持人也能得到一个席位,什么场合没几个明星点缀都不像话。

小明星出门前至少花了半小时来挤乳沟,吃个早餐都架一副遮掉大半张脸的墨镜,还摆出一副晚娘面孔,仿佛吃亏受气的助理就时时跟在身边准备受骂。谁知,身边都是些饥饿但力求显得矜持的酒店客人在翻翻拣拣地吃早饭,根本没人多看她一眼。慢慢地她得明白自己是这里最不被重视的人。随着年龄增长,她所拥有的唯一资产——美貌的价值绝对在飞速下降。她最需要做的,不是摆什么明星架子,而且赶紧发发嗲搞定没见过世面的老板们,将几个代言弄到手再说。

> 棕榈滩只看中老钱,听说你光有一亿美金不收藏艺术品不听音乐还不行

还有一些人心理素质极强,未受邀请也能翩翩前来,背个万年不变包,号称经典款就不怕被人笑落伍,见人挥手均以Dear称之,见面先行欧式吻面孔礼,这样忘记名字也没关系,同时避免人家其实并不认得自己的尴尬,看起来还真是其乐融融一家亲。

不过唯一让人摇头的依然是老问题——我们的有钱人实在穿得太次了。男人有肚腩穿紧身白衬衫还开三粒扣真是要多难看有多难看,女人拿个十万块的包心里暗自鄙薄那些拿入门款的人,可坚硬高耸的发胶和长靴短裙间露出那一截网眼袜不小心透露了她的前半生。

■步行街 张一帆/文

脱网

记得小时候随家人在江南游山玩水,突然有一天决定进大上海参观各式学堂。或许是为了鼓励我上名牌大学吧,我妈专门把我领到了复旦大学参观。去的哪个校区不记得了,反正又远又新,像个工厂,远不如上海中学讨我喜欢。我在门口看到一块石头,上边刻着两行字:日月光华,旦复旦兮。下面还有解释,大概说文出《尚书》,复旦之名,亦出于此。我不明白这个校名好在哪里,听起来更像是说天有天道,不受人的支配,大伙儿还是做一天和尚撞一天钟的算了。后来每到换日历的时候,我都会想起“旦复旦兮”这句话来。

今年元旦和人吃饭。三个吃肉的人,舌战一个素食主义者,很是不公平,但有趣。吃菜的女施主说凡是动物,都可能有“意识”,于是她不愿意伤害有意识的东西。我说,不知道“意识”这个抽象的概念是怎样定义的,可是如果我们具体来说“计划”,动物是没有计划的。今天你宰了只羊,并没有阻挠它的任何“打算”,因为我从来没有看出畜生们每天的“打算”有什么不同,既无不同,便无打算,没有打算,便没有意识。我的话完全没有任何科学依据,不过是出口的时候很流畅罢了。话音刚落,我便想起了候鸟迁徙的计划,比我自己此生的任何计划都要庞大,当然我没有提示女施主。

鸟不仅有打算,还有感情。2010年,有上千万的地球人在鸟和猪之间的恩怨中,度过了这一年。如果你不知道我在说什么,那么我只能祝贺你没有像我一样,浪费掉差不多半年的时间,在手机上玩“愤怒的小鸟”。游戏的依赖性,如果用补习班和可卡因作为弱强指标,“愤怒的小鸟”大概仅次于氧气吧。

在手机上轻轻一点,立刻查出我的用户名,Atomides,得分一千二百万,是世界上第一百四十一万三百三十三名“愤怒的小鸟”高手。如果你相信知识就是力量,你可以查出哪一天我花了多少时间闯哪一关得了多少分,和其他人纵向相比是什么水平。如果你想知道武林第一高手的得分,我可以告诉你,他叫KioTronic,我们大可假定KioTronic是男性,他的得分我不会念:84,574,281,400,320。

古时候,我们倾注在The Game Boy或者是真人麻将上的时间过了也就过了。如今,我们在帮助小鸟打败偷猪宝宝上花的每一分每一秒都记录在案,储存在互联网天空中的一朵云彩里。从上班的电子邮件到下班的电子书,再到商店里刷卡买了什么,甚至到有些人卧室里的摄像头,时间与其说是流逝了,不如说是数字化了。生活变成了一个现场存档的过程。世界上可能有二十个网管,他们一起开个Skype会议,就可以复制出你的一切。

当然,不用问网管我也知道2010年KioTronic都干了些什么。我的心电图记录为0的那一天,就是我电子拷贝的生日。想到这里,我还挺不自在的,2011年,你要把我们带到更离奇的地方去吗?从前的新年决议是要通读普鲁斯特全集,现在的新年决议是要脱网才好。我说的脱网,不是脱离互联网,而是要脱离电网,因为事情已经发展到这个程度了。新年决议的“决议”,意思是说,总有一天。

微排地球
MICRO-EMISSION EARTH

到未来去生活

改变农村 就是改变中国
“微排乡村”渐行渐近

没错,那片别墅一样的小楼就是一排农舍,阳光下闪亮的屋瓦实际上是联排的太阳能板,家庭照明、电器、采暖制冷、热水供应等等所需,几乎都由来自“天上地下”的能源——太阳能系统与地源热泵联合提供;在这栋“微排建筑”中,房间内由太阳能控制的“新风系统”不仅隔绝室外噪音,还能净化自然空气, 当然外墙保温系统也功不可没,它就像房子的恒温太空衣;可调节的遮阳系统不仅遮蔽阳光,美化墙体,更是高性能的发电装置;被称为“室内排水革命”的同层排水系统不仅不易堵塞,而且防毒抗菌;隐藏在厨柜内的食物垃圾处理系统可将毫无利用价值的厨余垃圾磨成颗粒, 顺着下水道冲走,不给病菌留下余地。

远处阡陌纵横的田间,连片大棚中是生态种植园, 那温室大棚是玻璃嵌装而成,美观, 或许比现在普遍应用的塑料薄膜要贵,可连年用起来就要便宜许多——灌溉、温控、排湿所需的电力,仍来自于太阳能;不远处的白色城堡样的,是太阳能沼气站,它生产的沼气通过地下管道输送到周边七个村庄的每户家庭,使用与天然气一样方便且清洁环保;再往前是大型养殖场,牛羊猪鸡联合养殖, 所需的电力和热水同样取自太阳能;所居住的村庄也夜幕降临,乡村公园广场和条条街巷不约而同的明亮起来,老嫂子小媳妇在广场扭着集体秧歌舞,路灯的太阳能板已在白天储足了电力。

这是一个“微排乡村”的直观图景,是黄鸣“微排地球”战略的重要组成部分。在此之前,他主持研究和开发建设的“微排城市”与“微排社区” 样板:“中国太阳谷” 与 “蔚来城”,已引起世界赞叹。而继“微排城市”、“微排社区”之后,“微排乡村”这个农村新能源综合集成应用的模板, 也正在加紧建设中——“改变农村,就是改变中国”,对自己的如上判断,黄鸣从不含糊。

这个全球新能源领域中可能最有名的中国人,在 1997 年就组织大型宣传车队,举办了全国性的“太阳能科普万里行”,使得太阳能这个新鲜事物快速地走进了中国人的家庭,其中当然也包括生活在中国广袤乡村中的亿万家庭;其后的十余年,他创办的皇明太阳能公司已逐渐成为全球最重要的新能源企业之一,持续改变着中国人的生活乃至生产方式。

眼下,在中国的乡村,正掀起新一轮合村并居、兴建社区的热潮,而这一波农村城镇化进程的浪潮将延续数十年。如果中国的广袤乡村和 9 亿乡村居民在生产生活日益现代化、舒适化的同时,也被代表着高能耗、高排放的“城市病”所覆盖,整个中国的能源与环境必将不堪重负。中国农村的“微排化”在面临着千载难逢的机遇的同时,也面临着严峻的挑战。

作为全球领先的太阳能光热、光电科技研发和推广机构,皇明太阳能公司正酝酿一场“微排乡村”的大型示范工程,它将以太阳能为核心的所有新能源方式集成在一起,推出未来乡村的整体新能源解决方案。

从单一的太阳能热水器、太阳能沼气池和太阳能大棚,到如今的整体集成的解决方案,中国乡村居民的生产生活将越来越多的被太阳能所改变



“微排乡村”模板建成后,将与“微排社区–蔚来城”有着同样的奇妙

村里的太阳能

近年来随着太阳能向农村地区开始普及,郭志福明显的感到,太阳能在他的生产生活中起着越来越重要的作用。

他记得很清楚,2009 年 8 月,自己周边的村庄——德城区所辖抬头寺等 44 个村、赵虎乡 19 个村、袁桥 20 个村,家家户户都安上了太阳能。这在中国农村太阳能普及率几乎是最高的,而太阳能在农村的更大范围的普及, 将得益于 2009 年初中国政府推动的“太阳能下乡”政策。

“洗碗、洗菜、洗衣,以前冬天冰冷的自来水常常冻得手发抖。自从家里安装了太阳能热水器,第一次冬天在家里洗上了热水澡。”郭志福感叹道, 如今太阳能已经成为农村搬新家、娶媳妇的新四大件之一。

慢慢的太阳能不再局限于村民的屋顶,郭志福逐渐发现,太阳能越来越多地被邻居们应用于畜牧养殖、大棚种植、沼气开发等等乡村特有的农业生产中。

他家承包了村里的养殖场,养奶牛的热水用量很大, 一般每头牛一昼夜饮水 35—45 公斤左右, 每天饮水 3—4 次, 水温在 40℃左右。郭志福把皇明太阳能公司的人请来,在养殖场安装了一台容量更大的太阳能热水器。他体会到,用太阳能提供的热水喂养奶牛,不仅可以节省大量电费,而且有助于提高产奶量。

2010 年,郭志福还第一次见到了太阳能农业大棚。没有土墙,没有塑料薄膜,却拥有取之不尽的能源,这就是太阳能玻璃大棚。全部以玻璃作为建筑材料,利用太阳能发电、集热,资源循环利用,实现生态循环发展。

太阳能玻璃大棚中还集成进地源热泵,利用地源热,通过温控装置来控制大棚内的温度,可以进行调节。太阳能玻璃大棚还安装有排风扇等各种设备,利用这些设备可以调节大棚内的湿度。

就在几年前每逢夜晚,村里一片黑灯瞎火。如今,一排排整齐的太阳能路灯点亮着村里的道路,跳舞、健身、打牌,村民的户外娱乐消遣也开始多了起来。据统计,德州周边的农村共安装上千盏太阳能路灯。

皇明工程公司张经理介绍说,这几年国家大力支持新农村建设,村民对新能源的认知也越来越多,太阳能在农村的各种运用越来越多。比如 2009 年 12 月,比如皇明公司在德州周围村庄以及北京留民营村等处参建的太阳能沼气站项目。

继“微排城市”、“微排社区”之后,“微排乡村”这个农村新能源综合集成应用的模板, 也正在加紧建设中——“改变农村,就是改变中国”,对自己的如上判断,黄鸣从不含糊

为了增加产气量,节约能源,皇明公司建立了 500m2 沼气池太阳能增温系统为沼气站提供部分能量。太阳能热水通过太阳集热器提高基础水温后,再通过锅炉升温加热计量加热池中的料液,减少常规能源的使用量。太阳能沼气彻底改变了传统地下沼气池建设成本高、占地面积大、建设周期长、冬季不产气等诸多难题,太阳能沼气投料一次可连续产气 6—8 个月,像液化气一样方便,既干净又环保,设施使用寿命可达 40 年之久。常去城里的郭志福感叹道,如今农村应用了太阳能,在生活好多方面的舒适程度快不亚于城市了。

未来的农村

作为最重要的新能源,太阳能的推广在中国的广袤乡村一路顺风顺水。作为“太阳能下乡”政策中中标品类最多的企业,皇明太阳能董事长黄鸣认为,这是由于太阳能产品有着节能、方便、省钱等特点,符合农村的消费习惯。

与太阳能在城市目前尚更多地应用于生活相比,农民应用的空间更为广阔。黄鸣介绍道:“我记得小时候学农住在老农家里,就看到在冬天猪食、鸡食一定是先用大锅烧一下的,因为这些动物也是生命,冬天也要吃热的。济南一奶业集团最早买我们热水系统时,我们不知道他们做什么用,结果他们用于每天给奶牛洗奶头,既能促进奶牛多产奶,也卫生和健康。从这个角度我们发现,农村太阳能的利用前途太广了。”

从各企业销售数据来看,农村市场已成为许多太阳能企业利润的主要来源。根据农村家庭太阳能产品的使用数量与家庭收入的关系分析预测,到 2010 年,我国农村太阳能集热器的新增安装量将为 7000 万平方米,太阳能集热器的安装总量将达到 1 亿平方米。

虽然农村市场比城市市场更广阔、更通畅,但也有其地域广、消费需求分散的特点。这就要求太阳能厂商渠道铺设投入高、回报低,农村市场基本以零散销售为主,没有城市市场的工程订单。直到今天许多规模较小的厂家在农村市场推广产品仍步履维艰。

然而,这种状况正在得到改变。如今我国各地农村正掀起新一轮合村并居、兴建社区的高潮。诸多分散的行政村被合并成大的中心社区,成千上完的农民开始聚居在一起。有预测称, 未来这股农村城镇化的趋势将长达数十年,大量的农民成为城镇居民。而新建的社区、城镇又将带来上万亿的新兴市场。

“眼下,太阳能产业在迎来了千载难逢机遇的同时, 也面临着城镇化的严峻挑战。” 作为全国人大代表、《可再生能源法》的主要提案人,黄鸣其实忧心不减。现状摆在那里,夏天城市里空调一开,各地煤源都要告急而考虑拉闸限电。如果城镇化后的 9 亿农民全部住上新楼房,用上新电器,而能源的获取与利用方式仍然毫无变化,完全的高能耗高排放,全球的传统能源消耗光了也无法满足 9 亿农民的能源需求。在农村城镇化建设方面,从一开始就应该从能源方面规划、设计和建设。这是一个巨大的市场机会,也是一个不容错过的整体建设思维。

目前,农业部已经开始着手进行农村新能源的建设。近日农业部官员就表示,将利用中央预算内专项资金,在全国范围内选择 260 万农户建设太阳能沼气项目。这 260 万农户将以西部地区和粮食主产区为重点。

但是,农村新能源建设在总体上仍大多支离破碎,各种主体、能源之间的协作,比如太阳能、生物质能、风能、地源热泵等等各搞各的,互不搭界,无法在一个大的区域内整体解决能源和环境这两个根本问题。为此,在“微排地球”的战略规划中,皇明公司正在构建一个规模庞大的“微排乡村”示范工程,来促进以太阳能为核心的新能源在农村生产生活中的综合集成应用。

这是一个总占地面积 11256 亩,涵盖数个村落和一个湖区的“微排乡村”样板工程。该项目位于德州市开发区内,减河以东,沿河边向南,规划以“清洁能源、生态、绿色”作为主题定位,以国家 4A 级景区为发展目标,着力打造“亚洲最大的太阳能生态一体化农业园”。

在黄鸣的设想中,它将被建设成一条生态的农、林、牧、副、渔与太阳能一体化的产业链。该生态园按照“一轴、四园、多点综合布局”的规划方式。园区由一条主要的景观走廊——减河湿地公园为最主要的轴将全园串联起来; 四园分为生态农业示范园,绿色食品生产园,科普教育园,农业科技示范园;多点综合布局包括林区、牧区、渔区、野火乐园、民俗风情园、农家乐乐园、特色礼品点、农业小作坊、露天茶座、露天电影、生态公园绿色餐厅等。

园区内建筑及其配套设施全面运用太阳能技术,如太阳能建筑一体化设计、园区照明设施采用太阳能等; 农业方面也加强与太阳能的结合,如太阳能浴池、太阳能温室、太阳能果蔬大棚、太阳能沼气等一体化应用。

黄鸣指出,他提出的“微排乡村——新乡镇新能源示范工程”, 就是要从一开始设计、规划、建设、研究产品,都要适应农村的能源系统。适合农村能源的解决方案首当其冲的就是太阳能,唯一便宜的也是太阳能。从能源的利用价格来看, 一度电最起码在五毛钱以上,南方可能在七毛左右,而太阳能热水系统所提供的热水成本每一千瓦时不到两毛钱,大大低于传统能源,极具商业潜力。

更广阔的空间

农村有着 9 亿农民, 占据着大多数国土面积, 未来数十年我国农村城镇化进程将一直持续下去。黄鸣认为,如果将“微排乡村”、“微排农业”的设想与这股合村并居、兴建社区的浪潮有效结合, 就有希望化解未来农村急速增长的能源需求。

在城市中,“微排化” 改造受城市现有建筑所限,以及对建筑开发改造的多头管理,对于太阳能的推广也带来诸多牵绊。相比而言,农村在城镇化的浪潮下有着更广阔的空间、更庞大的市场规模,提供的舞台更加广阔。

“微排地球”战略规划共分为城市与农村两大体系。目前“中国太阳谷”作为城市样板,已形成交通、生活、生产、运营的微排模式及标准体系,下一步将重点探索农村微排样板。“微排城市加上微排乡村、微排农业,再加上微排工业、微排交通,便组成了人类未来能源方案的基本要素。这些要素不断结合,从城市传导至农村,从一个国家传导至另一个国家,最终形成‘微排地球’”。黄鸣认为,那将是一种未来世界的的新能源模板和解决方案,是未来世界走上可持续发展的必由道路,是人类文明得以延续的一个契机。

在黄鸣梦想中, 兴建微排乡村和城市样板工程的目的就是把以太阳能为核心的新能源方式有机集成在一起, 通过现实示范工程引起社会重视,得到政府支持,将其上升为国家战略, 最终在全中国乃至全世界推广、复制,解决能源与环境危机。目前,皇明已接到中外多个地方政府的邀请, 希望能在当地以“中国太阳谷”为模板进行复制。

黄鸣认为,包括“微排乡村”在内的“微排地球”,在创造它的时候,在普及并推动它的时候, 绝不仅仅是一种能源替代方案,同时还是在描述一种文化概念,在提供一种新生活标准,他称之为“未来新生活运动”——追求的是科技、生活、文化三者的和谐统一。

联合策划:
皇明
远见传播
理性,建设性
经济观察报
The Economic Observer

中国可再生能源大事记
(四)

▶ 2006 年1 月,由全国人大代表、皇明集团董事长黄鸣联合 50 多位人大代表发起提议的《中华人民共和国可再生能源法》正式实施。

▶ 2006 年 4 月,国务院能源领导小组审议《可再生能源中长期发展规划》,国务院总理温家宝主持会议, 会议指出要更加重视水能、风能、太阳能、生物质能、地热能等可再生能源的开发利用。

▶ 2006 年 5 月,黄鸣受联合国总部特别邀请,作为主讲到美国纽约参加了联合国第 14 届可持续发展大会,向世界 100 多个成员国讲解皇明创造的中国太阳能可持续发展模式,成为登上联合国讲坛的中国企业家第一人。

▶ 2006 年 5 月,财政部下发《可再生能源发展专项资金管理暂行办法》, 将风能、太阳能、 海洋能列入重点扶持的三个可再生发电能源。

▶ 2006 年 11 月 , 皇明太阳能集团所拥有的世界上检测项目最多最全的太阳能检测技术中心,正式对外开放;世界上最大的太阳能建筑——“日月坛·微排大厦”奠基。

▶ 2006 年 12 月,由皇明太阳能集团承担的国家 863 课题——碟式太阳能热发电系统,一次性发电成功,顺利通过国家科技部验收;黄鸣以其在绿色环保产业和节能环保方面做出的杰出贡献荣获“2006 绿色中国年度人物”。

▶ P2007 年 8 月,国家发改委发布《可再生能源中长期发展规划》,对我国非水电可再生能源发电规定了强制性市场份额目标:到 2010 年和 2020 年,大电网覆盖地区非水电可再生能源发电量在电网总发电量中的比例分别达到 1%和 3%以上。

▶ 2007 年 12 月, 黄鸣因其在全球率先完成利用太阳能自动化工业体系的建设,打破产业核心技术被国外垄断状况,荣获“中国制造业十大领袖”称号。

▶ 2008 年 6 月,博鳌亚洲论坛国际资本峰会在伦敦举行, 黄鸣应邀出席并做主题发言,其中美国高盛、鼎晖投资联合注资一亿美元给皇明太阳能的案例受到国际社会的热烈关注。

▶ 2008 年 7 月,皇明集团承建了七个奥运场馆的太阳能工程,奥运会进入绿色时代。

▶ 2008 年 8 月, 受国际金融危机影响,国际上太阳能公司股价平均跌幅超过 5 成,据称国内亦有 80%的光伏企业面临资金短缺问题,裁员,减产,倒闭等消息不时传来。

▶ 2008 年 9 月,黄鸣当选为国际太阳能学会副主席, 成为中国当选国际太阳能权威学术机构领导职务第一人, 皇明让中国太阳能进一步领先世界。

▶ 2008 年 12 月,美国“节能建筑之父”道格拉斯为国家级节能示范小区——蔚来城生活艺术馆开馆剪彩。2006 年,蔚来城被国家建设部、财政部、列入首批“国家级可再生能源建筑应用示范工程”,是中国第一个“微排社区”。

▶ 2009 年 4 月, 中国中央电视台评出“60 年中推动中国经济? 影响民众生活的 60 个品牌”, “荣耀中国,榜样世界”成为皇明太阳能最独特的入选理由。

▶ 2009 年 9 月胡锦涛主席在联合国气候变化峰会上做出郑重承诺, 中国将进一步把应对气候变化纳入经济社会发展规划,大力发展可再生能源。

▶ 2009 年 11 月, 全球首个太阳能顶级科研机构——国际太阳能技术科学院正式落户中国太阳谷,国际太阳能学会主席莫妮卡·奥丽芬特致辞称,世界的“太阳能硅谷”将在中国崛起。

▶ 2009 年 12 月温家宝总理在哥本哈根气候变化会议上承诺, 到 2020 年单位国内生产总值二氧化碳排放比 2005 年下降 40%至 45%, 到 2020 年中国非化石能源在一次能源消费总量的比重将要占 15%。

▶ 2009 年 12 月, 黄鸣以国际太阳能学会副主席及中国商界领袖双重身份, 受邀参加哥本哈根气候变化大会, 并作应对气候变化及发展可再生能源主题演讲。

▶ 2009 年 12 月, 世界最大的太阳能建筑“日月坛微排大厦”在“中国太阳谷”正式启用,大厦综合运用了太阳能采暖、制冷、光伏发电等技术, 实现了建筑与太阳能科技的完美结合,整体节能达 88%,被确定为 2010 年第四届世界太阳城大会的主会场。

▶ 2010 年 9 月,第四届“世界太阳城大会”在皇明“中国太阳谷”盛大召开,由世界太阳城协会、国家住房和城乡建设部、国家科技部、国家工业和信息化部、国家财政部、国家能源局、国家外国专家局、国家旅游局、山东省人民政府共同主办,3000 余名中外政要和商学各界嘉宾与会。黄鸣在大会上首次完整地阐述“微排地球”理念,他展示给世界的现实中的“微排城市”雏形“中国太阳谷”和“微排社区”样板“蔚来城”,因其顶尖新能源科技的集成应用,以及新能源与建筑、工业、农业、交通等人类生活的各个领域的有机结合,而尽显壮观与奇妙,引发国内外强烈关注。黄鸣的战略构想是将“中国太阳谷”和“蔚来城”作为模板,不断向全国和全球复制推广,最终实现“微排地球”理想,以应对人类所面临的环境与能源两大根本性难题。

主管/主办:三联集团公司 出版:经济观察报社 社址:山东省济南市趵突泉北路 20 号 电话:(0531)86029768 北京记者站电话:(010)64209021/22/23/24/25/26 广告电话:(0531)86029198、(010)64209951 广告经营许可证号:3701004000040 传真:(0531)86029568 发行电话:(010)64209026–1175
本报在全国八城市同时印刷:北京经济日报印刷厂、北京瑑雯印务科技发展有限公司、上海文汇新民联合报业集团印务中心、深圳宝安报印刷厂、四川新华彩色印务有限公司、山东大众华泰印务有限责任公司、江苏鸿兴达邮政印刷有限公司、中闻集团西安印务有限公司、长江日报报业集团印务总公司
印刷质量投诉热线:(010)64243008